

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID

FACULTAD DE PSICOLOGÍA
Departamento de Psicología Social



TESIS DOCTORAL

**La personalización de los espacios primarios a través de los objetos:
personalization of primary spaces through objects**

MEMORIA PARA OPTAR AL GRADO DE DOCTOR

PRESENTADA POR

Lucía Poggio Lagares

Director
Juan Ignacio Aragonés Tapia

Madrid, 2016



UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID

Facultad de Psicología

Departamento de Psicología social

**La personalización de los espacios
primarios a través de los objetos**

PERSONALIZATION OF PRIMARY SPACES THROUGH OBJECTS

Lucía Poggio Lagares

(TESIS DOCTORAL)

Director:

Juan Ignacio Aragonés Tapia

Madrid, 2015

*A todos los “sherpas” que me han
acompañado y guiado en este camino*

Índice

La personalización de los espacios primarios a través de los objetos.....	1
Agradecimientos.....	9
1. Extended abstract.....	11
2. Introducción.....	17
2.1.- Personalización del espacio.....	22
2.1.1. Personalización del espacio.....	22
2.1.2. Conceptos relacionados con la personalización.....	23
2.2. De la vivienda al hogar.....	31
2.2.1 La evaluación de los espacios.....	33
2.3. Las personas.....	35
2.4. Los objetos.....	37
3. Objetivos.....	39
4. Dimensiones y atributos del ambiente.....	41
4.1. Dimensiones descriptivas.....	42
4.2. Dimensiones afectivas.....	46
5. Características de los dormitorios.....	53
5.1.- Estudio piloto: Elaboración de la escala descriptiva.....	54
5.1.1.-Método.....	54
Participantes.....	54

Instrumento y procedimiento.....	54
5.1.2.- Resultados y discusión.....	55
5.2. Estudio 1: Características de los dormitorios.....	56
5.2.1.-Método.....	57
Participantes.....	57
Instrumento y procedimiento.....	57
5.2.2.- Resultados.....	60
5.2.3.- Discusión.....	69
6. La vivienda y el self.....	75
6.1. Inferencia de rasgos sociodemográficos.....	75
6.2. Los rasgos de la personalidad.....	78
7. Inferencias sobre los propietarios a partir de los dormitorios.....	91
7.1. Método.....	92
Participantes.....	92
Instrumento y procedimiento.....	93
7.2.- Resultados.....	93
7.3.- Discusión.....	98
8. La importancia de los objetos como posesiones apreciadas para su propietario.....	103
8.1. Los objetos como una extensión del self.....	106
8.2. Categorización de los objetos que forman parte del Yo extendido.....	113

8.3. Los objetos y las inferencias de rasgos personales.....	119
9. Los objetos del dormitorio y su categorización.....	121
9.1.- Estudio piloto: Selección de los objetos representativos.....	122
9.1.1.-Método.....	122
Participantes.....	122
Instrumento y procedimiento.....	122
9.1.2.- Resultados y discusión.....	122
9.2. Estudio 1: Categorización de los objetos.....	125
9.2.1.-Método.....	126
Participantes.....	126
Procedimiento.....	126
9.2.2.- Resultados.....	127
9.2.3.- Discusión.....	131
9.3. Estudio 2: Discurso asociado a los objetos funcionales y simbólicos.....	134
9.3.1.-Método.....	134
Participantes.....	134
Procedimiento.....	134
9.3.2.- Resultados y discusión.....	134
9.4.- Discusión general.....	139
10. Inferencias sobre los propietarios a partir de sus posesiones en los dormitorios.....	141

10.1.- Método.....	143
Participantes.....	143
Instrumento y procedimiento.....	144
10.2.- Resultados.....	144
10.3.- Discusión.....	149
11. Conclusiones generales.....	151
12. General conclusions.....	161
13. Referencias bibliográficas.....	171
14. Anexos.....	183
Anexo A: Cuestionario Elaboración de la escala descriptiva.....	185
Anexo B: Cuestionario Características del ambiente.....	193
Anexo C: Cuestionario Inferencias sobre los propietarios.....	209
Anexo D: Cuestionario Selección de objetos representativos.....	221
Anexo E: Cuestionario Correspondencia de objetos con el MCE.....	225

Agradecimientos.

Quisiera dedicar este trabajo a todos aquellos que con su colaboración y apoyo han hecho posible esta investigación.

En primer lugar, no existen agradecimientos suficientes para expresar todo lo que mi director, Juan Ignacio Aragonés, ha hecho durante estos 5 años por mí. El primer día que entré por la puerta del despacho me dijo que un doctorado era aprender un oficio, y como buen maestro ha estado siempre presente, siempre listo a trabajar y pendiente de transmitirme todos su conocimientos, guiándome en el camino y, por qué no, permitiéndome tropezar en algunas ocasiones. Su dedicación plena, su apoyo incondicional, su paciencia infinita en mis momentos de desánimo, han sido mis pilares en estos años y mi tabla de salvación en determinados momentos.

También quiero agradecer a los 742 participantes, tanto de la Universidad Complutense de Madrid como de la Universidad Autónoma de Madrid, por su desinteresada participación haciendo posible esta investigación.

A mis padres, por escucharme, apoyarme, sostenerme y levantarme en tantas ocasiones, por estar siempre ahí, disponibles para lo que necesitare. Por su cariño y amor, por haberme enseñado que con constancia y perseverancia todo se consigue. No puedo dejar fuera de estos agradecimientos a mis herpanas, quienes han aceptado estoicamente la desaparición de su hermana pequeña durante 5 años, gracias a todos.

Durante estos 5 años he tenido la oportunidad de realizar varias estancias en diferentes universidades extranjeras. En la Universidad de Surrey (Reino Unido), los profesores David Uzzell y Birgitta Gatersleben me acogieron en su grupo de trabajo. Gracias por las interesantes ideas y por mostrarme una forma de trabajo completamente diferente a la española. En la Universidad de Nîmes (Francia), la profesora Karine Weiss y el equipo del laboratorio de Psicología Social me incluyeron como una más de su familia, permitiéndome colaborar en sus trabajos así como

compartir puntos de vista comunes de investigación en la Psicología Ambiental. Por último, en la Universidad de Sonora (México) los profesores Victor Corral, César Tapia y Blanca Fraijo me concedieron el privilegio de ser invitada a su universidad. Los tres meses trabajando codo con codo con ellos, la recogida de datos en lugares inhóspitos, el calor, el cansancio, nada de eso mengua mi agradecimiento hacia ellos, sino que me siento aún más agradecida por sus tremendos esfuerzos por hacerme sentir como en casa, tan lejos de casa. También quiero agradecer a las compañeras doctorandas mexicanas, que me lo dieron todo y estuvieron siempre pendientes de mí: Fernanda, Tita, Rossy, Martha, Anais, gracias chicas.

Volviendo al ámbito español, he tenido la suerte de coincidir y poder discutir y reflexionar sobre los avances de mi tesis, y también de otros muchos temas, con multitud de investigadores: Ileana Enesco, Purificación Rodríguez, Oliva Lago, Cristina Dopico, María Luisa Sánchez-Bernardos, María Amérigo, Ana Loureiro, María Luisa Lima, Verónica Sevillano, Raquel Pérez-López, Pablo Olivos, gracias a todos por vuestras ideas, comentarios y críticas. Así mismo, también quisiera hacer una mención especial a Víctor García, sin cuya ayuda informática, no hubiese sido posible realizar determinados estudios.

A mis amigas, Alda, Jana, Priscilla, Sergio, Sandra, Miguel Ángel, Andrea, Marina, y tantos otros que durante este tiempo han compartido (y a veces sufrido) este trabajo. A Blondays, por enseñarme que la mejor forma de liberar ansiedad y estrés es frente a un micrófono.

Y por último, a Javi, por apoyarme desde el primer día, aguantar mis lágrimas, dudas, inseguridades, por hacerme creer que era capaz en los momentos difíciles, gracias.

Esta investigación ha sido llevada a cabo dentro de proyecto: “Percepción interpersonal a través de la personalización de la vivienda. Una aproximación desde la teoría de los cinco grandes y del modelo de contenido de los estereotipos” (PSI2010-17397), subvencionado por Ministerio de Ciencia e Innovación.

1. Extended abstract.

The objective of this work is to study and understand how the personalization of spaces allows observers to make inferences about their owners. A space is considered to be personalized when the owner performs a repertoire of behaviours, depositing a series of signals or codes related to their values, beliefs (Altman and Chemers, 1984), statuses and preferences (Becker, 1977), in order to thereby see himself or herself reflected in it and to feel he or she is the owner of that space (Aragonés and Pérez-López, 2009), at the same time as communicating his or her sense of identity (McAndrew, 1993). Looking beyond the definition of this term, there is evidence that this personalization allows observers to form an idea of the person who inhabits the place (Gosling, 2008; Pérez-López, 2011).

The place where one can see this personalization most clearly is probably in a person's dwelling. More than a simple construction, this is a place linked to family history and the values and beliefs of the owner. It reflects both a personal and private identity that is not accessible to everyone and a social and public identity (Cooper, 1974). The distinction that Cooper makes between personal and social identity is evident in the different rooms inside a dwelling. Social identity is reflected in the rooms that are normally accessible when people visit—principally the living room and sometimes the kitchen—whereas personal identity is expressed in rooms such as the bedroom, which is considered to be a more private and intimate space (Cooper, 1995). Building on this distinction, this work studies inferences about owners of bedrooms. More specifically, the sample of bedroom owners used comprises university students who live with their parents and who have exclusive, nonshared use of their bedroom. This definition of the sample has not been come about randomly. First, it was necessary for the owners to reside with their parents because, if they lived alone, the traces of personalization would be found throughout the dwelling, and not brought together in a single space. Secondly, it was necessary for these owners to have an exclusive use of the bedroom so as to be able to make sure that the traces within it belonged to one person.

The perception of the bedrooms carried out in this work was approached from a holistic perspective. It is considered that if the aim was to make inferences about the owners based on their bedroom, it would be necessary to take into account both the space itself—the bedroom—and the person who inhabits it as well as the traces and signs—the objects—that the owner has distributed throughout the space. The bedroom is therefore understood as a molar set (Ward and Russell, 1981) that is defined by all the aspects that comprise it: its structure and functionality, the behaviours carried out in it, and the kind of person who inhabits it (Vielhauer-Kasmar, 1965).

When studying perception of the environment—in this case, bedrooms—it is important to note that when observers evaluate that environment, they do not only judge its physical or objective properties (McAndrew, 1993). Rather, at the same time that they are evaluating these physical or descriptive characteristics, they are also judging the emotional impact that this space produces within them (Corraliza and Berenguer, 2010). One of the pioneers in this area is Kasmar (1970; Vielhauer-Kasmar, 1965), who developed a scale of environmental descriptors that permits the evaluation of different spaces using descriptive adjectives, which are grouped into five factors: aesthetic attraction, physical organization, size, temperature-ventilation, and lighting. This scale has been widely used by various researchers, both as a point of reference and a research tool (Corraliza, 1987; İmamoglu, 1970; Samuelson and Lindauer, 1976). Likewise, in the field of connotative characteristics, the circumplex model of affect developed by Russell and Pratt (1980) has gained greater acceptance. This model consists of two central bipolar axes, defined by pleasant-unpleasant and arousing-sleepy, through which four intermediate descriptors—gloomy, distressing, relaxing and exciting—are explained. Along these lines, this work seeks to address perception of connotative and descriptive characteristics of bedrooms using an adaptation of Kasmar's scale of environmental descriptors and of Russell and Pratt's circumplex model of affect.

In the study area of perception of people, researchers have focused on understanding which sociodemographic and personality characteristics of the resident it is possible to infer through observing his or her personal space. Studies focused on

sociodemographic characteristics have found that, through observing spaces such as living rooms, bedrooms and dwellings as a whole, is possible to infer characteristics such as the resident's gender, age, marital status and occupation (Pérez-López, Aragonés, and Amérigo, 2013; Wilson and Mackenzie, 2000). As for personality characteristics, many researchers have tried to define these based on the Big Five, although the results have not been fully satisfactory (Pérez-López, 2011). An alternative research avenue to the Big Five—and one that has gained greatest acceptance in recent years—for the perception of a resident's personality traits is that based on the Stereotype Content Model (Fiske, Cuddy, Glick, and Xu, 2002), which includes the dimensions of Warmth and Competence. Although this model initially came about for the perception of people and groups, there is some research that endorses its usefulness for the perception of certain of residents' personality traits on the basis of observing their dwelling or bedroom (Oldmeadow and Fiske, 2007; Pérez-López et al., 2013). Thus, in light of the limitations encountered by other researchers regarding the use of the Big Five, this paper intends to use the Stereotype Content Model as an instrument for the inference of residents' personality traits.

With regard to the objects in personalized spaces such as bedrooms, there is empirical evidence that testifies to people expressing their social and personal characteristics both to the people surrounding them and to themselves through objects (Dittmar, 1992). These objects, which are part of the owner's "extended self" (Belk, 1988), have been classified under the categories of Functional and Symbolic by different researchers (Csikszentmihalyi and Rochberg-Halton, 1981; Dittmar, 1992; Prentice, 1987). The former are considered to be objects oriented towards action, which provide direct benefits and facilitate control over the environment, while symbolic objects are linked to the expression of the self and relate to important relationships, feelings and situations for the individual.

Based on the theoretical foundations briefly outlined, the specific objectives proposed for this work are as follows: 1) Understand the connotative and descriptive characteristics that define the bedrooms of university students, and also study what differences can be observed between these bedrooms. 2) Identify which owner characteristics belonging to the Stereotype Content Model are inferred by observation

of the bedrooms, and if these features allow a typology of owners to be established. 3) Verify the classification of the bedroom objects in the Functional and Symbolic categories. 4) Evaluate the discourses used by the owners of the objects, upon defining these, in accordance with the Functional and Symbolic categories. 5) Study the correspondence between the objects in the bedroom and the Stereotype Content Model's dimensions of Warmth and Competence.

In the empirical work related to the connotative and descriptive characteristics of the bedrooms, the results show how the dimensions of pleasure, arousal, aesthetic attraction and physical organization allow different students' bedrooms to be evaluated. Prior to this work, a pilot study is carried out that allowed to determine, through factor analysis, the scales used for measuring the descriptive and connotative dimensions, with all of them obtaining rates of reliability ranging from 0.726 to 0.882. Moreover, it was possible to observe how the gender of the owner influences observers—men and women—when assessing these bedrooms on the scale of pleasure and aesthetic attraction, with the bedrooms of males being considered as more pleasant and attractive by male observers relative to women observers, while bedrooms with female owners were considered similar in these two scales by both genders of observers. With regards to the categorization of the bedrooms, based on Russell and Pratt's (1980) model, It is found that the bedroom sample used is made up of distressing and exciting bedrooms, with these latter bedrooms being considered more aesthetically attractive and more physically organized.

As for studying the inferences made about the personality traits of the owners, first a factor analysis was conducted, which determined the composition of the scale used in this empirical work as the dimensions of Warmth and Competence, with each obtaining some excellent reliability analysis results (0.952 and 0.902, respectively). The results obtained show that, in contrast to the characteristics of the bedrooms, the gender of the observers did not affect the evaluation of the owners. Accordingly, it was possible to observe that male and female owners were only differentiated in their perceived Warmth, with women obtaining higher scores. Irrespective of gender, a cluster analysis revealed that the bedroom sample was distributed in two differentiated groups in the inferred Competence, with the group of "more competent

owners” being those with more pleasant, aesthetically attractive and physically organized bedrooms. Finally, in reference to the distressing and exciting bedrooms, mean difference analysis showed that the owners of the latter are perceived as warmer and more competent than the owners of distressing bedrooms.

The final empirical works presented here aimed to study what objects were the most representative of the students’ bedrooms, how these objects were categorized, and what relationship existed between these objects and the dimensions of Warmth and Competence. Firstly, a pilot study was conducted to obtain the most representative elements of the bedrooms for their owners. With the list of these objects, another sample of participants produced a classification of them that was subsequently subjected to a hierarchical cluster analysis, with the classification of these objects into Functional and Symbolic objects being observed. Furthermore, simple correspondence analysis of the owners’ discourses about why these objects are important to them was conducted, revealing that the owners used differentiated verbs and adjectives in accordance with whether they were talking about a functional object or a symbolic one. The final work conducted indicated that students who possess functional objects are perceived as more competent, while those who own symbolic objects are considered to be warmer. However, it is necessary to point out that there was a small group of objects, made up mainly of the basic furniture of any bedroom, that do not seem to be good indicators of any of the dimensions.

In summary, the empirical research presented revealed how through the observation of photographs of a bedroom observers are able to make inferences about its resident, either based on the characteristics of the bedroom, or of those of the owner, or on the objects that are found throughout the space, showing the importance of taking into account these three pillars—space, person and possessions—for a more accurate and global approach to the person who inhabits these spaces.

Keywords: Personalization, Inferences, Descriptive and connotative features of spaces, Stereotype Content Model, Functional and Symbolic, Circumplex Model of affect, Dwelling.

2. Introducción.

Una de las preguntas universales que todo individuo se hace a lo largo de su vida es “¿Quién soy?”. En la búsqueda de la propia identidad, se considera que durante la adolescencia es cuando este proceso es más profundo, comenzando a separarse de su familia y cuestionándose quién quiere ser y cómo quiere ser visto por los demás (Bandura y Walters, 1990). En esta encrucijada de describir quién se es, así como poder expresar a los otros “quién soy yo”, las personas se van definiendo con su forma de vestir, el tipo de música que escuchan, los amigos con los que salen, sus actitudes y conductas; y es en este proceso, cuando buscan también que el lugar donde pasan más tiempo, su dormitorio, se vaya convirtiendo en un refugio a su imagen y semejanza, tratando de expresar los valores que son imprescindibles y primordiales para él (Pérez-López, 2011).

Actualmente, el interés por conocer cómo se personalizan los espacios primarios es evidente tanto en portales de internet como en la televisión, revistas, etc. Con hacer una simple búsqueda en internet con las palabras clave personalidad y dormitorio, se pueden encontrar multitud de portales que ofrecen diferentes formas de decorar el dormitorio en base a la personalidad del lector (Figura 2.1.).

Personalidad con estilo propio: decora tu hogar según tus sentimientos
Cada persona es diferente. Cada hombre o mujer entiende por decoración una idea totalmente dispersa. Para gustos los colores dicen el refrán. Y para decoraciones, las personalidades. Tu forma de ordenar o colocar una u otra cosa depende mucho de tu forma de ser, de tu forma de sentir y de tu forma de ver la vida.
El romanticismo, la decoración más natural
¿Te consideras una chica romántica y dulce? ¿das prioridad a los sentimientos, eres amante de la naturaleza y de todos los campos que abarca el arte como la literatura , pintura, música ...? Seguro que aprecias la libertad y tienes los sentimientos a flor de piel.
Estilo moderno: el estilo de las chicas de hoy en día
Las líneas rectas y la ausencia de ornamento probablemente sean las características más particulares de este estilo de decoración y de vida. Te consideras una chica actual, sigues las nuevas tecnologías y te gusta que en tu hogar predomine la simplicidad más reciente .

Figura 2.1. Artículo: Personalidad con estilo propio: decora tu hogar según tus sentimientos. Fuente: Diario femenino (<http://www.diariofemenino.com/hogar/decoracion/articulos/personalidad-estilo-propio-decora-hogar->

Cierto es, que todas estas webs carecen por completo de validez científica, y no son más que meros divertimentos para pasar el rato, pero tienen una difusión entre los individuos que hace resaltar la importancia y el interés que las personas tienen en conocer cómo crear un espacio que les haga sentir que ese lugar es un reflejo de su persona y que exprese las cosas que son más importantes en su vida. Estas webs ofrecen hasta tests para tratar de definir el tipo de personalidad, poniendo etiquetas ad hoc, tales como seductora, romántica, aventurera, atrevida, urbana o clásica (Figuras 2.2. y 2.3.).



Figura 2.2. Artículo: Cómo decorar el dormitorio según tu personalidad. Fuente: Mujer de élite (<http://www.mujerdeelite.com/articulos/2672/como-decorar-el-dormitorio-segun-tu-personalidad>)

De manera similar, El Feng Shui, aunque completamente independiente y sin relación alguna a la personalización, muestra un interés por tratar de conseguir que el dormitorio se convierta en un espacio que permita a su propietario estar plenamente satisfecho con su distribución. Esta tendencia proviene de un antiguo sistema filosófico chino que se basa en la posición y orientación del espacio. El Feng Shui ha ido calando

poco a poco en el sistema occidental, siendo muchos los arquitectos que lo empiezan a tener en cuenta para diseñar y elaborar sus planos y proyectos. Con este método se pretende que las personas lleven a cabo una ocupación consciente del espacio y los objetos que les rodean, y que aprendan a posicionar los objetos de forma que la energía fluya (Collins, 2000).



Figura 2.3. Test: Lo que tu decoración dice de ti.

Fuente: En femenino (<http://www.enfemenino.com/mag/decoracion/d3774.html>)

Así mismo, el ámbito de la fotografía, en parte debido a su fácil difusión a través de internet, ha permitido que durante los últimos años se haya hecho eco de este interés por conocer mejor los espacios primarios y quienes los habitan. Los libros que han tenido más impacto, entendiendo por impacto su alta presencia en redes sociales y en diferentes páginas web, a través de la reproducción de las fotografías o reseñas, es el libro de James Mollison *"Where Children Sleep"*, el de Gabriele Galimberti *"Toy stories: Photos of children from around the world and their favorite things"*, y el de Mark Gerald *"In the shadow of Freud's couch"*, si bien este último ha tenido una presencia un poco menor. La obra *"Where children sleep"* cuenta por medio de fotografías de los niños y de su dormitorio, lo importante que es éste último para sus residentes y cómo refleja quiénes son y sus posesiones (Figura 2.4.).

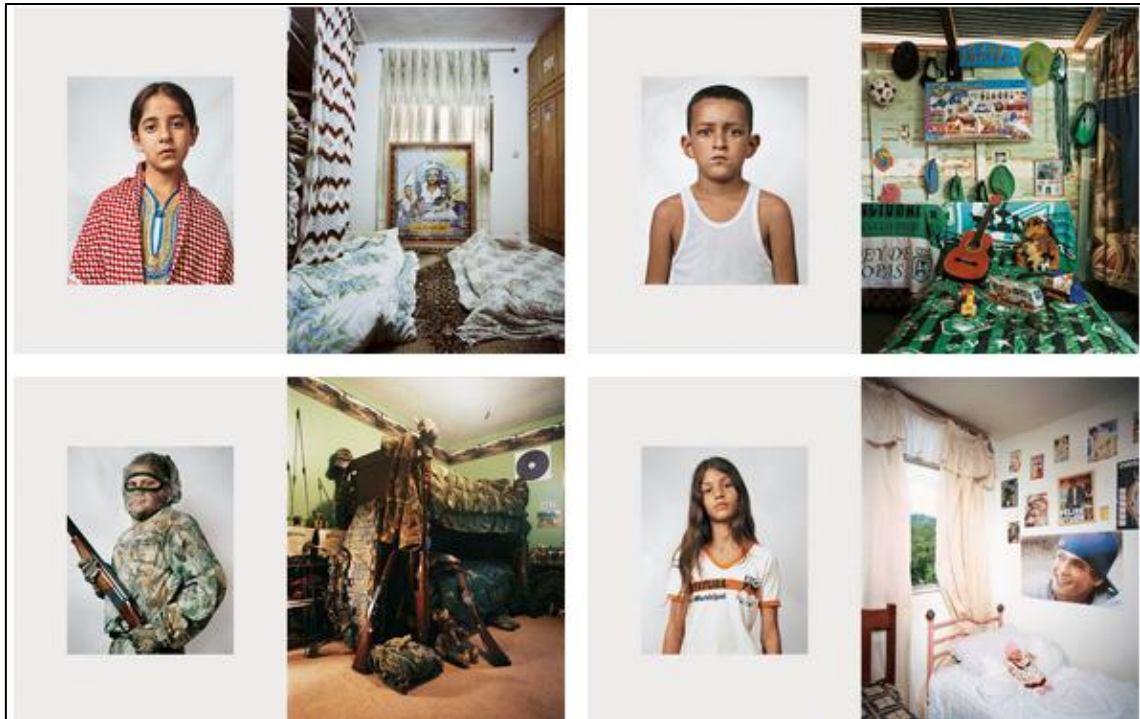


Figura 2.4. Fotografías pertenecientes al libro *“Where children sleeps”*. Fuente: <http://jamesmollison.com/books/where-children-sleep/>

La diferencia de este último libro con el de Gabriele Galimberti es que éste autor toma también fotografías de los niños aunque pidiéndoles a éstos que se rodeen de sus objetos más preciados que, como es evidente en esas edades, son principalmente sus juguetes (Figura 2.5.). Así mismo, el libro del psicoanalista y fotógrafo Mark Gerald se basa en una recopilación de fotografías de despachos de psicoanalistas, en el que se hace un análisis de lo que estos despachos significan para sus propietarios y cómo ellos se ven reflejados en los mismos. Es probable que el lector haya visto, o haya oído hablar también, de diferentes fotografías que circulan por la web de los despachos u oficinas de grandes pensadores o innovadores, como Mark Twain, Albert Einstein o Steve Jobs. Estas fotografías muestran cómo las oficinas de éstos personajes públicos están sumidas en un caos, buscando poner en evidencia que la organización de los lugares de trabajo también está relacionada con la personalidad del propietario, y tratando de explicar que un espacio muy desorganizado puede ser una señal de una mente brillante.



Figura 2.5. Fotografías pertenecientes al libro *"Toy Stories: Photos of Children from Around the World and Their Favorite Things"*. Fuente: <http://www.gabrielegalimberti.com/proiects-2/toys-2/>

Por último, cabe reseñar un libro de fotografías que apenas es conocido, más que probablemente por los lectores de la revista *National Geographic*, es el realizado por Yeondoo Jung: *"A place called home"*, y que aparece mencionado en el artículo "La solución urbana" (Kunzig, 2012). En el artículo se muestran las fotografías de los salones de 25 viviendas familiares de la torre Evergreen, en Seúl. Lo interesante de estas fotografías es que, arquitectónicamente, estas viviendas son idénticas lo que permite apreciar con mayor claridad el proceso de personalización de cada familia y cómo expresan sus valores e intereses en el salón (Figura 2.6.).



Figura 2.6. Fotografías pertenecientes al libro *"A place called home"*. Fuente: <http://ngm.nationalgeographic.com/2011/12/city-solutions/city-solutions-photography#/04-grid-3-670.jpg>

Todas estas referencias a sitios web, fotografías y libros, no son más que el reflejo de un proceso que la sociedad considera de interés general. Evidentemente, no se pretende afirmar que todo lo que se ha mostrado en esta introducción tenga ninguna validez científica, pero sí que es importante resaltar que, aún sin conocimientos explícitos de Psicología Ambiental, o incluso sin ser conscientes de la existencia de éste área de estudio, los legos consideran que es un tema con un gran interés y que permanece en cierta forma inexplorado. A continuación se pretende formalizar el concepto de personalización del espacio, así como otros conceptos que en la literatura han aparecidos como relacionados o similares a la misma, además se realizará una breve introducción a las diferentes orientaciones teóricas que serán abordadas lo largo de esta investigación.

2.1. Personalización del espacio.

Diferentes conceptos han sido desarrollados por la Psicología Ambiental en su aproximación al estudio del lugar como un espacio socio-físico. Términos como apropiación del espacio, apego a un lugar, identidad de lugar, territorialidad y personalización, entre otros, permiten entender de forma diferente la relación de las personas con el lugar. A continuación se definirá el concepto de personalización del espacio, seguido de una breve aproximación a cada uno de los anteriores conceptos, con el objetivo de clarificar en mayor medida qué es personalización, y qué relaciones se encuentran entre este término y los demás.

2.1.1. Personalización del espacio.

La personalización del espacio, a pesar de haber sido considerada tradicionalmente como una de las conductas habituales en el proceso de la territorialidad, traspasa en muchos casos las funciones territoriales de defensa y reclamo del lugar (Brown, 1987). Este concepto es entendido por Aragonés y Pérez-López (2009) como el conjunto de conductas que una persona lleva a cabo en un espacio determinado que le permiten verse reflejado y dueño del mismo” (p. 289).

Además, estas huellas que los ocupantes van dejando se vinculan con su estatus, autodeterminación, preferencias (Becker, 1977) y facilitan información acerca de sus valores y creencias (Altman y Chemers, 1984), permitiendo comunicar a los demás el sentido de identidad del ocupante (McAndrew, 1993). De esta forma, parece que la personalización es un reflejo de algunos aspectos de la identidad del propietario, si bien es cierto que las señales que las personas despliegan fomentan ciertas impresiones que pueden o no ser imágenes precisas del propietario (Brown, 1987; Pérez-López, 2011).

Respecto a en qué espacios se da esta personalización, Amérigo y Pérez-López (2010) mantienen que es más propia de territorios primarios, aunque también puede darse en lo secundarios, siempre y cuando sean espacios con una cierta estabilidad en la vida de las personas. A medida que se produce un uso más cotidiano del espacio, las personas comienzan a apropiarse de éste, modificándolo y adecuándolo a sus gustos y preferencias para obtener un lugar más agradable para ellos, llegando a convertirlo, en palabras de Cooper (1995) en “un espejo del self” sobre el que se proyectan los valores y creencias del residente. Al mismo tiempo, la personalización permite el desarrollo de vínculos sociales, afectivos, de protección y de control del propio espacio (Gill, 1974), así como incrementar los sentimientos de apego hacia el espacio personalizado (Brown, 1987). Es importante no olvidar la función de comunicación de la personalización, puesto que en numerosas ocasiones los espacios personalizados son marcos dónde se produce una interacción social, de tal forma que el “intruso”, u observador, decodifica el conjunto de señales o marcas que el residente plasma en su espacio diario, e interpreta estas señales/huellas como si de una comunicación se tratara (Pérez-López, 2011).

2.1.2. Conceptos relacionados con la personalización.

Apropiación del espacio.

Según Hidalgo (1998) el concepto de apropiación del espacio se da durante el período en el que las personas se adaptan a un nuevo lugar, actuando sobre éste para adueñarse de él y transformarlo. Para Sefarty-Garzon (2003) la apropiación es un

proceso de interacción dinámica y temporal del individuo con el ambiente. Para Brower (1980) ésta es entendida como el control sobre un espacio concreto, relacionado con la ocupación, la defensa y un sentimiento de pertenencia. Así mismo, este autor considera que tanto la apropiación del espacio, como el apego al mismo, son conceptos subsidiarios de la territorialidad. Además, mantiene que los lugares ocupados por personas con un alto sentido de identificación hacia ese espacio, tienen más probabilidades de apropiarse del mismo. Vidal y Pol (2005) consideran que la apropiación se basa en un modelo explicativo de dos componentes: la acción-transformación y la identificación simbólica. La primera se vincula con la territorialidad y el espacio personal, de forma similar a lo expuesto por Brower. La segunda se relaciona con procesos afectivos, cognitivos e interactivos. Estos autores consideran que a través de la acción las personas transforman el espacio dejando huellas, o señales, marcadas simbólicamente, mientras que por medio de la identificación simbólica, las personas se reconocen en el entorno. Una definición que engloba los aspectos comentados anteriormente es la ofrecida por Chombart de Lauwe (citado en Pol, 1996), según la cual “apropriarse de un lugar no es sólo hacer de él una utilización reconocida sino establecer una relación con él, integrarlo en las propias vivencias, enraizarse y dejar la propia impronta, organizarlo y devenir actor de su transformación” (p. 524). Así mismo, el proceso de apropiación proporciona al propietario de un sentimiento de seguridad, por el cual el espacio del que se apropia no puede dejar de pertenecerle sin que sienta esto como una injusticia (Sefarty-Garzon, 2003).

Si bien éste es el término que guarda más similitud con el de personalización del espacio, hay que tener en cuenta que apropiación no implica personalización, pero que personalización sí que implica la primera. Es decir, una persona se apropia de un espacio nuevo actuando sobre éste y adaptándolo a sí mismo. Pero la apropiación del espacio es un concepto transitorio que se convierte en personalización, una vez que la persona lo habita con una cierta permanencia y comienza a dejar huellas y señales que le permitan verse identificado. Así, por ejemplo, cuando una persona llega a la habitación de hotel en la que residirá durante unos días, hace todo lo necesario para apropiarse de este espacio, para dejar su impronta en el mismo, coloca sus prendas de

vestir en el armario, distribuye todos los objetos de higiene en el cuarto de baño, coloca el libro que esté leyendo en la mesilla, etc. Pero estas huellas son de apropiación, no de personalización, puesto que la persona no busca sentirse identificada o representada en el espacio, si no que ha hecho ese espacio “suyo” durante el periodo en el que lo habite.

Apego al lugar.

El término de apego al lugar es el que más habitualmente se ha estudiado en relación con la vivienda (Moore, 2000), considerándolo en la mayoría de los casos como un lazo o vínculo afectivo entre la persona y el lugar (Hidalgo, 1998), encontrándose además en la mayor parte de los análisis que el afecto, la emoción y los sentimientos son centrales para la definición de este concepto (Low y Altman, 1992). Así, Hummon (1992) considera que éste término requiere de una inversión emocional hacia el lugar, Low (1992) habla de este concepto en términos culturales, considerándolo como una relación simbólica que se forma a través de los significados emocionales/afectivos, que las personas otorgan a un espacio en particular. Esta definición implica que para la mayoría de las personas se da una transformación de un espacio cualquiera hacia un símbolo con un significado cultural compartido. Sin embargo, existen también definiciones de apego en las que los afectos no están presentes (Brower, 1980; Gifford, 2007; Sommer, 1969). Para Gifford el apego al lugar es el proceso por el cual las personas asignan un valor personal a sus hogares, comunidades y otros lugares. Brower, por su parte, considera que el apego a un lugar se relaciona habitualmente con las cualidades simbólicas del lugar, las relaciones entre el espacio y los objetos dentro de él y con las experiencias, aspiraciones y condiciones del ocupante. Para este autor el apego al lugar se refiere al sentimiento de posesividad que un propietario tiene hacia un territorio en particular, debido a sus asociaciones con su autoimagen o su identidad social.

Varios han sido los investigadores que se han centrado en tratar de establecer diferentes tipos de apego. Así McAndrew (1993) distingue entre dos tipos de apego: la “dependencia geográfica del lugar” y la “dependencia genérica del lugar”. El primero

se refiere a un fuerte apego por un lugar determinado, una casa, un barrio, una ciudad. Por otra parte, la “dependencia genérica del lugar” puede darse en diferentes espacios, siempre y cuando esos lugares posean las características adecuadas. En la investigación llevada a cabo por Hidalgo y Hernández (2001) estudiaron el grado de apego hacia la casa, el vecindario y la ciudad , a través de dos tipos de apego: físico y social. Los resultados mostraron que tanto la casa como la ciudad obtuvieron resultados similares en cuanto al nivel general de apego, sin embargo el vecindario mostró un apego más débil. En cuanto a los tipos de apego, encontraron que el apego social es superior, tanto en la casa como el vecindario y la ciudad, al apego físico, en consonancia con investigaciones previas que resaltan la importancia de la dimensión social (Vidal, Berroeta, Di Masso, Valera, y Pero, 2013).

En los últimos años ha surgido un modelo, desarrollado por Scannell y Gifford (2010), con una amplia aceptación: el modelo tridimensional. Este modelo propone que el apego es un concepto tridimensional formado por la persona, los procesos psicológicos y el lugar. Dentro de la dimensión de persona, estos autores indican que el apego ocurre tanto a nivel individual como grupal. El nivel individual supone las conexiones personales que alguien tiene hacia el lugar, mientras que en el nivel grupal el apego se compone de los significados simbólicos del lugar que son compartidos por los miembros del grupo. De esta forma Scannell y Gifford consideran que los niveles individual y grupal no son independientes, sino que el uno puede influenciar al otro, y viceversa. La dimensión de los procesos psicológicos se refiere a la manera en la que individuos y grupos se refieren a un lugar y la naturaleza de las interacciones psicológicas que se producen en dichos lugares. Esta dimensión se compone de afecto, cognición y conducta. La última dimensión propuesta por estos autores, y probablemente la más importante del apego al lugar, es el lugar en sí mismo (Scannell y Gifford, 2010). Esta dimensión ha sido habitualmente dividida en apego físico y apego social, tal y como Hidalgo y Hernández (2001) han puesto de manifiesto.

Este concepto se encuentra íntimamente relacionado con el de personalización, puesto que el proceso de personalización, entendido como el acto de cuidar o dar forma a un espacio, permite al propietario crear fuertes lazos de apego a ese espacio (Brown, 1987). Así, el apego a un lugar no implica que la persona lo personalice pero,

una vez más, el que alguien personalice un espacio da una muestra de la importancia de ese espacio para ella, del lazo de apego que tiene hacia ese lugar en concreto.

Identidad de lugar.

Otro concepto que ha sido relacionado con el apego al lugar es el de identidad de lugar (Hernández, Hidalgo, Salazar-Laplace, y Hess, 2007). Estos autores consideran que las personas construyen la identidad de lugar en función de los lugares hacia los cuales siente apego, entre otros factores. Sin embargo, tal y como Proshansky, Fabian, y Kaminoff (1983) manifiestan, la identidad de lugar va más allá del apego a los lugares. Así, definen la identidad de lugar como una sub-estructura de la identidad personal que consiste en un conjunto de cogniciones referentes a lugares o espacios donde la persona desarrolla su vida cotidiana y en función de los cuales el individuo puede establecer vínculos emocionales y de pertenencia a determinados entornos. Estas cogniciones representan los recuerdos, ideas, sentimientos, actitudes, preferencias y valores relacionados con la variedad y complejidad de los espacios físicos en los que las personas se desenvuelven (Proshansky et al., 1983). De esta forma, la identidad de lugar permite a las personas reconocer características de los nuevos espacios basándose en su “pasado ambiental”, reconocer claves sobre cómo actuar en dichos lugares, determinar la capacidad que se tiene para modificar y apropiarse del entorno y, favorecer un sentimiento de control (Valera y Pol, 1994). El ámbito de actuación en el que éste término puede ser utilizado abarca desde los más pequeños como un dormitorio (nivel micro-espacial) hasta los más extensos como un continente o el mundo (nivel macro-espacial) (Hidalgo, 1998).

A pesar de que Proshansky et al. (1983) consideran que la identidad de lugar es un aspecto de la identidad comparable a la identidad social, Twigger-Ross y Uzzell (1996) sugieren que, más que estar considerada como una parte de la identidad relativa a los lugares, todos los aspectos de la identidad, en mayor o menor medida, poseen influencias relativas a los lugares. Estos autores, desarrollaron una investigación con la intención de estudiar a nivel teórico la relación entre los lugares y la identidad. Así, pretenden estudiar el papel del lugar y los procesos de identidad a

través del modelo de identidad de Breakwell (Citado en Twigger-Ross y Uzzell, 1996). Según este modelo, la identidad se organiza en torno a cuatro principios: distintividad, continuidad, autoestima y autoeficacia. El primero de ellos se refiere al deseo de mantener la singularidad o peculiaridad de uno mismo que, aplicado a los lugares puede servir para distinguir a una persona de otras que habiten en otros lugares (Hidalgo, 1998). La continuidad es entendida como el deseo de preservar la continuidad del autoconcepto. Es decir mantener a lo largo del tiempo y de diferentes escenarios la continuidad entre el autoconcepto pasado y presente. La autoestima se refiere a la evaluación positiva de uno mismo, relacionada con los sentimientos de valor social. Por último la autoeficacia se refiere a la creencia del individuo en sus capacidades para afrontar su modo de vida. Así, basándose en este modelo, Twigger-Ross y Uzzell, realizaron entrevistas estructuradas a residentes en el área del muelle de Surrey, encontrando que aquellos que mostraron un apego hacia ese lugar sentían que dicho lugar les ayudaba a mantener su distintividad, continuidad, autoestima y autoeficacia en mayor medida que aquellos que no se sentían apegados hacia ese lugar.

Si se considera la identidad de lugar como una sub-estructura de la identidad personal (Proshansky et al., 1983), los recuerdos, ideas, sentimientos y actitudes que conforman esa identidad de lugar estarán formados en parte a través de la personalización que haya hecho esa persona de dicho lugar. A pesar de ello también es posible encontrar identidad de lugar sin personalización, puesto que las personas pueden sentirse identificadas con espacios más amplios, como su ciudad, en cuyo caso, los sentimientos y recuerdos estarán asociados a la esfera social y no tanto a la personal, como ocurre en los espacios primarios habitualmente.

Territorialidad.

El término territorialidad es uno de los que más ampliamente ha sido estudiado (Valera y Vidal, 2010), encontrándose que, en muchas de las definiciones propuestas por varios autores, éste término engloba otros de los ya detallados anteriormente como la identidad de lugar (Brown, 1987), apego al lugar y apropiación del espacio

(Brower, 1980) o personalización (Sommer, 1969). Becker (1973) define un territorio como un lugar específico dentro del cual se satisfacen las necesidades importantes, y en el que se dan las conductas características asociadas con la territorialidad: demarcación y defensa. La demarcación es entendida por este autor como la presencia de una marca o signo de personalización. Estas conductas territoriales – personalización y defensa- podrán darse sólo en situaciones en las que el tiempo discurrido en el área es percibido como continuado por largos períodos de tiempo: semanas, meses, años. Para Brower (1980) la territorialidad se refiere al acto de reclamar un área geográfica, marcándola para su identificación, y defendiéndola cuando es necesario. Veitch y Arkkelin (1995) la definen como la conducta a través de la cual un organismo reclama un área y lo defiende contra la intrusión de miembros de su misma, u otra, especie. Una definición que puede englobar a las anteriores es la dada por Gifford (2007) quien define la territorialidad como un patrón de conductas y actitudes mantenidas por un individuo o grupo, que se basan en el control percibido, pretendido y actual de un espacio físico definible, un objeto o una idea y que puede conllevar la ocupación habitual, la defensa, y la personalización o demarcación del mismo. Este autor, al contrario Becker (1973), considera que la territorialidad no implica necesariamente conductas de defensa y personalización, sino que es posible que estén conductas se den o no.

Una de las clasificaciones de territorios más aceptada por la mayoría de investigadores es la realizada por Altman y Chemers (1984). En ella, los autores distinguen entre tres tipos de territorios, primarios, secundarios o semipúblicos, y públicos. De estos tres tipos de territorios los que mayor interés han tenido en el campo de la investigación psicoambiental han sido los territorios primarios (Gifford, 2007). Estos territorios son centrales en la vida de las personas y poseen una gran relevancia psicológica para su bienestar. El usuario que suele habitar estos territorios es principalmente una persona o un grupo primario, y es habitual que ejerza un control del territorio bastante permanente y exclusivo. Veitch y Arkkelin (1995) consideran que estos territorios pueden ser considerados, además, como una extensión del self, siendo su ocupante quien establece los límites del espacio y quien lo personaliza con objetos que son expresiones de su propia identidad, valores y actitudes. Entre los

ejemplos paradigmáticos de estos territorios se encuentran, entre otros, la vivienda, como señalaba Tognoli (1987), o lo que Gosling, Craik, Martin, y Pryor (2005), denominan “Espacio de Vida Personal” (*Personal Living Space*) entendiendo este como el espacio “más [grande] que una habitación pero menos que una casa. Un espacio de vida personal [dicen los autores] es típicamente una habitación situada dentro de un entorno residencial más grande y que proporciona un territorio primario para el individuo que la ocupa” (p. 52).

Los territorios secundarios son aquellos que poseen una menor significación para sus ocupantes y donde el control que se ejerce es menos permanente y exclusivo, por lo que existen mayores probabilidades de tener que cambiarlo o compartirlo con extraños (Gifford, 2007). Estos territorios son regulados por reglas y normas no explícitas (Veitch y Arkkelin, 1995). Un ejemplo de los mismos puede ser la taquilla del gimnasio, la silla en el aula, o la mesa en la que una persona suele sentarse en su restaurante favorito. Por último, los territorios públicos se caracterizan por ser abiertos a todo el mundo y por tener un derecho de posesión temporal y muy limitado (Valera y Vidal, 2010) determinado generalmente por el principio de “el que llegó primero” (Veitch y Arkkelin, 1995). En algunas ocasiones, como por ejemplo en los bares, algunas personas pueden tener la entrada prohibida a este tipo de territorios, en el caso de ser menores de edad o de no cumplir con las normas de vestimenta del lugar. Estos territorios también se rigen, al igual que los secundarios, por reglas y normas no explícitas. Como ejemplo de los territorios públicos están las calles, plazas, playas.

Según la mayoría de los autores (Becker, 1973; Brower, 1980; Sommer, 1969; Veitch & Arkkelin, 1995) la territorialidad lleva implícito un proceso de personalización, a través del cual el propietario establece una barrera defensiva, avisando a los intrusos de quien vive ahí. Sin embargo, el objetivo de la personalización, considerándola de manera independiente a la territorialidad, es proyectar la identidad del propietario, no como defensa, sino como estrategia personal y social para informar a los otros acerca del residente. Así, si bien la personalización puede formar parte de la territorialidad, en esta investigación se busca más el sentido social y de desarrollo de vínculos afectivos

de la personalización que el sentido de seguridad y protección en el que se encuentra la territorialidad.

2.2. De la vivienda al hogar.

Probablemente el lugar donde se puede observar con mayor claridad el proceso de personalización es en la vivienda, el lugar donde uno reside, desarrolla y se siente libre para ser uno mismo (Tian y Belk, 2005). Puede que muchos otros lugares posean también un significado emocional y estético para las personas, pero ninguno de ellos genera el sentimiento que produce el hogar (Horwitz y Tognoli, 1982). El hogar es un espacio donde la persona puede sentirse segura, relajada, donde pueda desarrollar su sentido de pertenencia y que comunique sus valores, creencias y modos de “estar” en la vida.

Horwitz y Tognoli (1982) distinguen entre los términos de hogar y casa, considerando que el primero se encuentra relacionado con un estado de ser y un sentimiento de sí mismo, mientras que el segundo se refiere a una vivienda ajena a la experiencia de uno mismo. De la misma forma, Gifford (2007) considera que la palabra hogar conlleva un significado más amplio, más personal y más enriquecedor que las palabras casa o vivienda. Así, la evolución del término “vivienda” o “casa” hacia el “hogar” se produce a partir de la creación del vínculo cognitivo y afectivo entre el habitante y el espacio físico (Veitch y Arkkelin, 1995), expresando no sólo la identidad personal del individuo que la habita, sino también su identidad social (Amérigo y Pérez-López, 2010), de esta forma se puede considerar el hogar como el lugar más significativo, y con un alto componente emocional, en la vida diaria en la sociedad occidental contemporánea (Rullo, 1987). En términos de Csikszentmihalyi y Rochberg-Halton (1981), el “hogar” es considerado como “un mundo en el cual la persona puede crear un ambiente material en el que expresa lo que para ésta es importante. En ese sentido, el hogar se convierte en el más poderoso signo del self del habitante que mora en él” (pp. 123).

Tognoli (1987) propone que la diferenciación entre una casa (*"house"*) y un hogar (*"home"*) se basa en 5 atributos o componentes generales: centralidad, continuidad, privacidad, autoexpresión e identidad personal y relaciones sociales. Respecto a la centralidad, el término hogar es considerado como el punto central alrededor del cual las personas llevan a cabo sus actividades, viendo éste como el lugar a alcanzar y al que volver. La continuidad, entendida desde una perspectiva temporal incluye sentimientos de arraigo, herencia, conexiones con el origen de uno mismo y su infancia (Smith, 1994), permitiendo desarrollar un sentimiento de pertenencia y de continuidad, estabilidad y permanencia, los cuales permiten la diferenciación entre la casa y el hogar. El componente de privacidad incluye también el de refugio, seguridad y propiedad. Con ello, Tognoli se refiere a que el hogar es el lugar donde las personas se sienten confortables y en reposo, que puede servir como retiro del mundo público, y que permite al propietario alcanzar sentimientos de relajación y calidez. En cuanto a la autoexpresión e identidad personal, el hogar incorpora aspectos tales como la personalización, el individualismo, identificación de pertenencia, el sentimiento de control y adaptación, y la sensación de que la persona tiene la libertad de hacer lo que ella elija. Por último se encuentra el componente de relaciones sociales, que comprende las relaciones que se dan con los amigos, familiares, vecinos, trabajadores de tiendas locales, etc. Estas personas serán recibidas en el hogar esperándose que cumplan con el rol de *"visitante"*, *"repartidor"*, etc, encontrándose en un espacio que está en todo momento bajo el control del propietario (Denton, 1970).

De esta forma, tal y como muchos autores ponen de manifiesto, el hogar no es sólo un lugar en el que sus habitantes desarrollan fuertes significados o lazos emocionales, sino que para los observadores los hogares son vistos como una expresión de la identidad del propietario. Estas inferencias hechas por los observadores, suelen corresponderse con la imagen que los propietarios piensan que están expresando (Sadalla, Vershure, y Burroughs, 1987), debido a la asociación entre el hogar y las experiencias vividas en él (Horwitz y Tognoli, 1982). Sin embargo, no todas las estancias de un hogar poseen el mismo nivel de expresión de la identidad (Denton, 1970; Gallagher, 2006), siendo consideradas las estancias más privadas como los dormitorios las que expresan el verdadero self del propietario, mientras que las

habitaciones más públicas como el salón expresan mejor el yo social del propietario (Cooper, 1995; Sefarty-Garzon, 2003).

2.2.1. La evaluación de los espacios.

Si para los adultos, el hogar es un reflejo de su identidad, durante la adolescencia la decoración y la organización del dormitorio puede ser usado para comunicar la identidad propia del ocupante, tratando de expresar en quién se están convirtiendo (Cooper, 1992). Así, a través de la personalización de su dormitorio el propietario está expresando “quien soy yo”, mostrando una estructura más o menos definida, pero que podrá elicitarse diferentes respuestas en función de quién la observe (Lowenthal y Riel, 1972). De esta forma, el dormitorio puede ser entendido como un conjunto molar en donde ocurren diferentes actividades humanas (Anguera, 1991; Ward y Russell, 1981) y que está definido por todos los aspectos de lo componen (su estructura, su funcionalidad, el comportamiento esperado, y hasta el tipo de persona que habita en él (Kasmar, 1970; Vielhauer-Kasmar, 1965), siempre y cuando sean directamente perceptibles por una persona. Es importante, por tanto, tener en cuenta que cuando un observador percibe o evalúa un ambiente está juzgando algo más que las propiedades físicas u objetivas (McAndrew, 1993), puesto que el impacto emocional que causa en el observador es tan importante como éstas (Russell y Lanius, 1984).

De esta forma, al tratar de explicar cómo se percibe un ambiente como el dormitorio, los observadores responden a las preguntas de “cómo es el ambiente” (características descriptivas) y “qué es lo que siente al interaccionar con ese ambiente” (características connotativas) (Corraliza y Berenguer, 2010). El estudio de la clasificación de las dimensiones del ambiente es un área en constante desarrollo en la psicología ambiental (Corraliza y Berenguer, 2010), encontrándose numerosos investigadores que se han centrado en estudiar tanto las características descriptivas como las connotativas (Corraliza, 1987; Hershberger, 1969; Kasmar, 1970; Mehrabian y Russell, 1974; Russell, Ward, y Pratt, 1981; Samuelson y Lindauer, 1976; Vielhauer-Kasmar, 1965). Una de las investigaciones clave en este tipo de estudios es la realizada

por Kasmar (Kasmar, 1970; Vielhauer-Kasmar, 1965), en donde desarrolló la escala de descriptores ambientales (EDA), utilizada como punto de referencia por otros investigadores (Corraliza, 1987; Hershberger, 1972; İmamoglu, 1970; Kasmar, Griffin, y Mauritzen, 1968; Samuelson y Lindauer, 1976). Esta escala permite evaluar diferentes espacios, tales como bibliotecas, salones de reunión, dormitorios, despachos de médicos, etc, describiendo diferentes adjetivos descriptivos, que se agrupan en cinco factores: atractivo estético, organización física, tamaño, temperatura-ventilación, e iluminación. Así mismo, el estudio de las características descriptivas del ambiente también ha sido objeto de estudio desde la arquitectura. Hershberger (1969) realizó un estudio con la intención de observar si el significado atribuido a diferentes edificios variaba en función de si el observador era un arquitecto o un lego. Para ello, desarrolló una escala compuesta de pares de adjetivos bipolares, encontrando que los ambientes podían ser explicados a través de 5 factores: organización, potencia, espacio, amabilidad y emoción/excitación. Este mismo autor, realizó una revisión de las diferentes dimensiones halladas en anteriores investigaciones, observando que los factores que expresan con mayor intensidad el significado del ambiente son: estética, acogibilidad, organización, potencia y espacio.

Respecto al estudio de las características connotativas del ambiente, las investigaciones lideradas por Russell, marcan esta área. Así Mehrabian y Russell (1974) propusieron un modelo tridimensional, basado en las dimensiones del diferencial semántico (Osgood, Suci, y Tannenbaum, 1957), compuesto por agrado, activación y dominación. La primera de ellas se refiere a un mayor o menor gusto o placer por el espacio, la segunda es una combinación de actividad y alerta y la tercera se refiere a la libertad de actuación o control sobre el entorno percibido por el observador. Sin embargo estas dimensiones fueron descritas en base a ambientes simulados, por lo que Russell et al. (1981), en base a esta y otras limitaciones, llevaron a cabo otro estudio en el que determinaron que las dimensiones principales eran agrado y activación, eliminando así de la ecuación la dimensión de dominancia, por considerar que la información que ésta aportaba era insignificante. Este espacio bidimensional fue redefinido en una investigación posterior (Russell y Pratt, 1980) en el modelo circular de la emociones. Este modelo, que a día de hoy sigue estando vigente, propone que el

espacio emocional es bipolar y que éste puede ser explicado a partir de ocho descriptores. Se compone, en primer lugar, de dos ejes centrales (agrado-desagrado y activación-no activación) a través de los cuales se explican los otros cuatro descriptores intermedios (angustia, aburrimiento, relajación y excitación). Así, un espacio que sea evaluado como desagradable y activador suscitará un sentimiento de angustia, mientras que otro espacio evaluado como agradable y no activador suscitará relajación.

Este breve resumen de las dimensiones y atributos del ambiente, permite entrever que para llegar a entender un espacio en su totalidad es necesario realizar una evaluación y estudio de los elementos descriptivos que lo componen y de las emociones que suscita dicho espacio. De esta forma, al abarcar este problema se podrá llegar a un mejor entendimiento de las conductas, sentimientos y representaciones que los individuos tienen del ambiente (Corraliza y Berenguer, 2010).

2.3. Las personas.

Tal y como se ha visto hasta ahora, la personalización de un espacio permite al propietario del mismo reflejar algunos aspectos de su identidad, permitiendo a los desconocidos que observan ese lugar, realizar inferencias acerca de la identidad de la persona que habita dicho lugar. Sin embargo, hasta ahora apenas se han aportado evidencias empíricas de cómo los observadores realizan estas inferencias ni lo acertadas o equivocadas que éstas pueden ser. En este ámbito de estudio, los investigadores han tratado de dar respuesta a estas cuestiones operativizando las inferencias en términos de características sociodemográficas o características de las personalidad del residente.

En el estudio de las características sociodemográficas del residente, se ha podido comprobar que mediante la observación de determinados espacios como salones, dormitorios y viviendas, es posible inferir algunas características del propietario como el género, la edad, el estado civil y la ocupación. Así, Wilson y Mackenzie (2000) trataron de establecer qué tipo de información personal del residente es posible inferir a través de fotografías de salones obtenidas de revistas de

decoración. Estas autoras encontraron que los participantes eran capaces de inferir la clase social, el estado civil y la edad de los residentes basándose en las claves presentes en dichas fotografías. Estos hallazgos son similares a los obtenidos por Aragonés, Amérigo, y Pérez-López (2010) quienes, por medio de un procedimiento similar, observaron que las variables sociodemográficas inferidas con mayor exactitud fueron el género y la edad, en este caso con ambientes reales.

En cuanto a las características de la personalidad del residente, existe un mayor número de investigaciones que pretenden retratar al propietario del espacio. La gran mayoría de ellas han utilizado como instrumento para operativizar las inferencias diferentes cuestionarios de personalidad. Así, investigadores como Aragonés et al. (2010) o Sadalla et al. (1987) asociaron las dimensiones encontradas en sus investigaciones con el modelo de los cinco grandes desarrollados por Goldberg (1992). De la misma forma, Smith y Gates (1998) utilizaron en su investigación el test NEO-FFI, mientras que Gosling, Ko, Mannarelli, y Morris (2002) escogieron el BFI. Todos estos, y otros, investigadores encontraron que los espacios primarios como dormitorios, salones, cocinas, oficinas, y en ocasiones la vivienda, permiten inferir características de la personalidad de los residentes. Sin embargo, no se ha obtenido un alto consenso acerca de los factores inferidos (Pérez-López, 2011), encontrando que rasgos como responsabilidad y apertura a la experiencia son más fácilmente observables, mientras que la amabilidad y el neuroticismo apenas tienen presencia.

En los últimos años, ha surgido un nuevo modelo desde la Psicología Social, a través del cual algunos investigadores tratan de estudiar las características de personalidad del residente. El Modelo de Contenido de los Estereotipos (MCE) tiene su origen en el estudio acerca de la percepción de personas y grupos, y en cómo éstas pueden ser definidas en base a dos dimensiones: Cordialidad y Competencia (Fiske et al., 2002). Este modelo propone que cuando las personas conocen a otros quieren saber cuáles son sus objetivos (Cordialidad) y qué capacidades tienen para poder llegar a conseguirlos (Competencia). Así, la psicología social ha considerado la Cordialidad y la Competencia como dimensiones universales de percepción social interpersonal, intergrupala e interindividual (Cuddy, Fiske, y Glick, 2008). Así mismo, este modelo ha sido puesto a prueba para la realización de inferencias de propietarios de viviendas y

dormitorios, encontrando en el caso de las viviendas que las creencias ideológicas y las actitudes hacia la desigualdad moderan la inferencia de Cordialidad y Competencia (Oldmeadow y Fiske, 2007). En el estudio relativo a los dormitorios (Pérez-López et al., 2013), los resultados mostraron que los observadores fueron capaces de definir la personalidad de los propietario en base a Cordialidad y Competencia, observando además que las puntuaciones otorgadas en ambas dimensiones variaban en función de la edad y el género de los propietarios.

2.4. Los objetos.

A través de los objetos, las personas expresan sus características personales, tanto a la gente que les rodea como a sí mismos (Dittmar, 1992). Estos objetos son más que meras posesiones materiales (Norman, 2004), ya que permiten al propietario elaborar un concepto de “quien soy” (Belk, 1992). Así, para poder entender el significado de los objetos es necesario comprender que, consciente o inconscientemente éstos son vistos por su propietario como parte de su yo (Solomon, 2008).

El concepto de “Yo extendido” es un término que acuña por primera vez Belk (1988) basándose, en parte, en el “yo empírico” de las personas que James (1989) define como “todo lo que puede ser llamado como mío”(p.233). Así, este término incluiría: el cuerpo, las facultades psíquicas, la ropa, la vivienda, el cónyuge e hijos, amigos, creaciones, y un largo etcétera. De forma similar Sartre (1954) aduce que la única forma a través de la cual se puede entender quien se es, es observando lo que se tiene o posee, si bien es necesario tener en cuenta que sólo las posesiones hacia las que se tenga un apego emocional, más que simplemente utilitario, serán las que formarán parte del “yo extendido” (Belk, 1992; Kleine, Kleine III, & Allen, 1995). Prelinger (1959) acota además que las posesiones que forman parte del “Yo extendido” son aquellas que se definen sólo haciendo referencia a su propietario. En cuanto a las funciones que se le otorgan al “yo extendido”, Belk (1988) considera que los objetos pueden ser utilizados como una herramienta o arma que permite al propietario hacer cosas que de otra forma sería incapaz, o como un objeto que

permite que el propietario se vea representado de una forma simbólica. Esta funcionalidad que se le otorga a las posesionespreciadas va en la línea de la categorización de objetos realizada por Csikszentmihalyi y Rochberg-Halton (1981), Dittmar (1991) y Prentice (1987).

Sin lugar a dudas, el trabajo realizado por Csikszentmihalyi y Rochberg-Halton (1981) ha sido el que más ha influido el estudio de la categorización de objetos, tanto en la psicología, como en el marketing y otras disciplinas. En él los investigadores definen por primera vez dos dimensiones bipolares de organización de los objetos. La primera definida como Acción-Contemplación y la segunda como Orientado hacia el self-Orientado hacia los otros. En el trabajo de Prentice (1987) las categorías son definidas como Simbólica e Instrumental. La categoría Simbólica se refiere a objetos que sirven para recordar situaciones, sentimientos y relaciones que son importantes para el individuo, mientras que la Instrumental comprende objetos que promueven la actividad y proporcionan beneficios directos. Para Dittmar (1991) estas dos categorías son Simbólica, objetos vinculados a la expresión del self y con un componente emocional y cognitivo, y Funcional, aquellos que facilitan el control sobre el entorno y que poseen un componente de carácter conductual.

En síntesis, parece evidente que las categorías de Dittmar (1991) y Prentice (1987) engloban el mismo tipo de objetos, no en vano ambas utilizan el término Simbólico y la otra categoría de objetos, denominadas como Funcional e Instrumental, son prácticamente sinónimos. En el caso de las dimensiones de Csikszentmihalyi y Rochberg-Halton (1981) cada uno de los polos de cada dimensión se corresponde con las categorías, siendo los polos de Acción y Orientado hacia el self los que comprenden objetos funcionales y los polos de Contemplación y Orientado hacia los otros los que se corresponden con Simbólico. Así pues, la mayoría de las investigaciones realizadas acerca de la categorización de objetos consideran que los objetos se organizan en torno a estas dos categorías, si bien es cierto que estas categorías han sido elaboradas por los autores a posteriori.

3. Objetivos.

A través de la breve revisión que se ha comentado en la introducción, y que será trabajada con mayor detalle en los siguientes capítulos, se proponen los objetivos siguientes:

- ∂ Conocer qué atributos o características, tanto connotativas como descriptivas definen los dormitorios de estudiantes universitarios que disponen de un uso exclusivo del mismo, así como estudiar qué diferencias se pueden observar entre dichos dormitorios (Características de los dormitorios, Capítulo 5).
- ∂ Identificar qué características de los propietarios de dormitorios, pertenecientes al MCE, son inferidas por medio de la observación de los mismos. Así mismo, se pretende observar si las características del MCE inferidas por los observadores permiten generar una clasificación de dormitorios y, en tal caso, estudiar cómo es esta clasificación y qué elementos diferenciadores posee (Inferencias sobre los propietarios a partir de los dormitorios, Capítulo 7).
- ∂ Comprobar la correspondencia entre los objetos del dormitorio, provenientes del Estudio preliminar, y las categorías Funcional y Simbólica (Categorización de objetos, Capítulo 9).
- ∂ Evaluar los discursos que utilizan los propietarios de los objetos, al explicar por qué son importantes para ellos, en función de las categorías de Funcional y Simbólico (Discurso asociado a los objetos funcionales y simbólicos, Capítulo 9).
- ∂ Estudiar la correspondencia entre los objetos del dormitorio, categorizados como funcionales y simbólicos, y las dimensiones de Cordialidad y Competencia del MCE (Inferencias sobre los propietarios a partir de sus posesiones en los dormitorios, Capítulo 10).

4. Dimensiones y atributos del ambiente.

¿Qué es lo que hace que las personas se sientan seguras, o animadas, o tal vez aburridas en uno u otro lugar? Para poder comprender las conductas o sentimientos de las personas en determinados lugares es necesario identificar las respuestas de éstas a los ambientes, que son el resultado inmediato de las diferentes representaciones internas que las personas hacen de dicho espacio (Mehrabian, 1980). Estas representaciones internas se construyen gracias a la transformación del ambiente en un conjunto de procesos sensoriales, perceptivos, cognitivos, y afectivos (Ward y Russell, 1981). Así, aunque el ambiente tenga una estructura física definida, ésta variará en función de la persona que lo observa, ya que cuando se percibe un ambiente se ha de juzgar, tanto sus propiedades físicas u objetivas, como el impacto emocional que dicho ambiente produce en el observador (Corraliza, 1987; Danford y Willems, 1975; McAndrew, 1993; Russell y Lanius, 1984). De esta forma, Corraliza y Berenguer (2010) mantienen que existen tres categorizaciones posibles de las dimensiones y atributos del ambiente utilizadas en la mayoría de los trabajos:

- Dimensiones que expresan los rasgos o facetas más generales del ambiente: esta dimensión se basa en la elaboración de una taxonomía o clasificación de las partes predominantes del ambiente. En este caso se trata de destacar las variables que caracterizan o componen el mismo. Así, en investigaciones como las de Ward y Russell (1981) se encuentran dimensiones tales como natural *versus* construido, tierra *versus* agua, vertical *versus* horizontal, entre otras.
- Dimensiones descriptivas del ambiente: Se consideran como tales todos los atributos o rasgos referidos a las características que definen un determinado ambiente desde un punto de vista subjetivo. Son las dimensiones a través de las cuales las personas responden a cómo es el ambiente.
- Dimensiones de la experiencia emocional del ambiente: Incluye dimensiones y atributos que pretenden explicar el impacto emocional del ambiente, tratando de comprender qué es lo que siente la persona al interactuar con un determinado ambiente.

Si se revisa la literatura, se puede comprobar que, de esta categorización, los dos tipos de dimensiones con los que habitualmente más se ha trabajado son las dimensiones descriptivas y las dimensiones de la experiencia emocional, si bien también se observan algunos trabajos centrados en las dimensiones que expresan los rasgos generales del ambiente, como el de Gärling (1976) en el que se trata de definir las facetas de organización cognitivo-perceptuales de los individuos respecto a un ambiente, o el ya comentado de Ward y Russell (1981), en el que se estudian las facetas relativas a los rasgos afectivos del ambiente.

A pesar de que la mayoría de trabajos se han centrado en estudiar en detalle, y de forma exclusiva, bien las dimensiones descriptivas del ambiente, bien las dimensiones de la experiencia emocional; los componentes cognitivo/perceptuales y afectivos de los significados del ambiente son difíciles de evaluar de forma independiente (Corraliza, 1987), ya que la respuesta afectiva a cualquier espacio depende de la forma en que este espacio fuese percibido por primera vez (Russell et al., 1981). De esta forma se puede observar cómo en varias de las investigaciones que se comentan a continuación estas dos dimensiones se encuentran relacionadas, incluso cuando sólo se pretendía estudiar una de ellas (Danford y Willems, 1975; Kasmar, 1970; Lowenthal y Riel, 1972; Vielhauer-Kasmar, 1965).

4.1. Dimensiones descriptivas.

En el ámbito de las dimensiones descriptivas se puede considerar que la primera investigación que trató de explorar las dimensiones relevantes para la descripción de un ambiente fue la realizada por Kasmar (1970; Vielhauer-Kasmar, 1965). En ella, a través de 4 estudios desarrolló la Escala de Descriptores Ambientales (EDA). En el primer estudio solicitó a estudiantes de psicología y de arquitectura que describiesen dos habitaciones que les gustasen y dos que no, haciendo una lista de los adjetivos que consideraban que definían las cuatro habitaciones. Una vez completaban esta lista se le pidió además que escribiesen el adjetivo complementario, o antónimo, para cada uno de los detallados en la lista. Así mismo, solicitó a los estudiantes de arquitectura que completasen un segundo cuestionario en el que debían de escribir

todos los adjetivos descriptivos que considerasen apropiados para 13 categorías sugeridas previamente por arquitectos y diseñadores como importantes para describir espacios arquitectónicos. Del total de estos dos cuestionarios, Kasmar obtuvo una lista de 500 pares de adjetivos que, una vez eliminados los repetidos y reducidos a un sólo par aquellos a los que se habían asignado más de un adjetivo antónimo, dio lugar a una lista de 197 pares de adjetivos.

En el segundo estudio, solicitó a 92 estudiantes que evaluaran, en una escala de 1 a 11, lo apropiados o inapropiados que eran los 197 pares de adjetivos para describir un espacio arquitectónico en general y cómo de comprensible era el significado de éstos – este nivel de comprensibilidad era medido mediante el uso de un símbolo de interrogación en caso de que el par no fuese suficientemente claro -. Se eliminaron todos los pares de adjetivos que tuviesen: a) una mediana igual o inferior a 6 (el punto medio de la escala), b) un rango intercuartil de 5 o superior, c) 7 o más signos de interrogación entre todos los participantes. Después de aplicar estos criterios, Kasmar (1970; Vielhauer-Kasmar, 1965) mantuvo 113 pares de adjetivos que fueron puestos a prueba en el tercer estudio. En éste 64 estudiantes evaluaron cómo de apropiados eran estos pares de adjetivos a la hora de describir ambientes más específicos. Los espacios que se evaluaron fueron: una biblioteca, una iglesia, una terminal de aeropuerto, una cocina, una oficina y un cuarto de baño. Cuarenta y siete adjetivos no cumplieron con los criterios establecidos en el estudio anterior, por lo que fueron eliminados. Así, con este tercer estudio se obtuvo una lista final de 66 adjetivos que forman la EDA.

En el cuarto estudio los 66 pares de adjetivos fueron dispuestos en una escala de 7 puntos, situando cada uno de los adjetivos del par en uno de los extremos de la escala. Esta escala fue utilizada para evaluar una biblioteca, un salón de conferencias y un comedor. Un total de 500 participantes fueron distribuidos en diferentes muestras (estudiantes y adultos) para evaluar estos tres espacios. Los resultados indicaron que cada una de las estancias difería significativamente de las otras en los adjetivos atribuidos, independientemente de la muestra de participantes que las evaluase. Así mismo, Vielhauer-Kasmar (1965) realizó un último estudio en su tesis doctoral en el que utilizaba las puntuaciones obtenidas en el estudio anterior para realizar un análisis

factorial de los 66 pares de adjetivos. Encontró 5 factores (atractivo estético, organización física, tamaño, temperatura-ventilación, iluminación) de los cuales los 4 primeros eran comunes a las tres estancias evaluadas y el último factor (iluminación) sólo apareció en la evaluación del salón de conferencias.

Utilizando esta misma escala y con el objetivo de evaluar si el tipo de decoración influye en la percepción de la habitación, Kasmar et al. (1968) desarrollaron una investigación con 115 pacientes psiquiátricos externos en la que se crearon dos habitaciones exactamente idénticas (tamaño, colores de las paredes, mobiliario y su posición) a excepción de la decoración. En una de ellas, denominada la “habitación bonita” (*beautiful room*), se puso una moqueta, un cuadro abstracto, una planta, una papelería de madera, una lámpara de luz indirecta y estaba limpia y bien ordenada. En la segunda habitación, denominada la “habitación fea” (*ugly room*), no se puso moqueta, la luz provenía de un fluorescente, estaba desordenada, tenía papeles de trabajo sobre el escritorio, una papelería de metal llena y un cenicero. Los participantes acudían a la consulta para tener una primera cita con el psiquiatra. Una parte de la muestra completaba un cuestionario antes de la entrevista y la otra mitad después de la entrevista. El cuestionario comprendía una evaluación de la habitación, realizada a través de la EDA creada por Kasmar (1970; Vielhauer-Kasmar, 1965), una evaluación de su estado de ánimo y una evaluación de su percepción del terapeuta. Los resultados mostraron que existían diferencias significativas entre las dos habitaciones en 4 de los 5 factores de la EDA, siendo evaluada la habitación fea como menos atractiva estéticamente, peor organizada, más pequeña y con una iluminación más dura y directa. Sin embargo, no se encontraron diferencias significativas en las evaluaciones del estado de ánimo de los participantes ni en su evaluación de la percepción del terapeuta.

Similar a esta última investigación es el estudio realizado por Samuelson y Lindauer (1976) en el que pretendían comprobar si personas con diferentes niveles de búsqueda de sensaciones, entendida ésta como “la necesidad de experimentar sensaciones variadas, novedosas y complejas y la voluntad de asumir riesgos físicos y sociales en virtud de esa experiencia” (Zuckerman, 1979, p. 10), evaluarían de forma diferente dos habitaciones. En este caso utilizaron la misma habitación sólo que en una

de las condiciones la habitación estaba ordenada y en la otra desordenada. De un grupo inicial de 60 estudiantes se seleccionaron 42, la mitad de ellos con altas puntuaciones en una escala de búsqueda de sensaciones y la otra mitad con puntuaciones bajas en la dicha escala. Se desarrolló un cuestionario que constaba de 13 pares de adjetivos, provenientes de la EDA desarrollada por Kasmar (1970; Vielhauer-Kasmar, 1965), medidos en una escala de siete puntos. El cuestionario era cumplimentado por los participantes de forma individual y tras haber pasado un tiempo en la habitación a evaluar. Los resultados mostraron que las personas con puntuaciones altas en la escala de búsqueda de sensaciones puntuaron más positivamente la habitación desordenada, mientras que las personas con puntuaciones inferiores en la escala de búsqueda de sensaciones evaluaron de forma más positiva la habitación ordenada.

En el ámbito de la arquitectura, (Hershberger, 1969) desarrolló una investigación con el objetivo de evaluar si el significado atribuido a diferentes edificios variaba entre arquitectos y legos. Para poder llevar a cabo esta comparación Hershberger creó una escala de 30 pares de adjetivos, a partir de un tesoro de términos de arquitectura y las listas de adjetivos desarrolladas por otros autores. Con esta lista de pares de adjetivos bipolares, medidos en una escala de 7 puntos, solicitó a 4 grupos diferentes (legos, estudiantes de arquitectura de dos universidades diferentes y pre-estudiantes de arquitectura) que evaluaran 25 edificios. Se realizó un análisis factorial, con rotación varimax, para cada uno de los 4 grupos y en todos ellos se obtuvieron 3 factores que explicaban un 50% de la varianza total. El primer factor se denominó espacio-evaluación y contenía ítems como espacioso-limitado, espacio abierto-cerrado, o agradable-molesto. El segundo factor comprendía ítems de organización tales como ordenado-caótico o claro-ambiguo. El tercer factor se componía de ítems principalmente de potencia, como fuerte-débil o permanente-temporal, si bien en dos de las muestras este factor se componía también de ítems pertenecientes a estética (p.ej. agradable-desagradable, bueno-malo). Así mismo, decidió realizar un segundo análisis factorial, con rotación oblimin, en el que se solicitó la extracción de 6 factores. Este análisis permitió observar 5 factores: organización, potencia, espacio, amabilidad y emoción/excitación. Los tres primeros factores eran

independientes (ortogonales) mientras que los dos últimos dependían de los anteriores (no ortogonales). Las comparaciones entre las 4 muestras permitieron ver algunas diferencias entre las muestras de arquitectos y la de legos en la dimensión de Amabilidad, si bien Hershberger consideró que las respuestas de los 4 grupos en general eran homogéneas entre sí, y por tanto que la forma de hablar utilizada por los arquitectos es similar a la de los legos.

Este mismo autor realizó una revisión de varias investigaciones, entre las que se incluyen las de Kasmar (1970; Vielhauer-Kasmar, 1965) y la de Hershberger (1969), así como las de Canter, Craik y Collins (Citado en Hershberger, 1969). Todas estas investigaciones se basaron en un principio en la Técnica del Diferencial Semántico (Osgood et al., 1957), aunque los resultados llevaron a la mayoría de ellos a considerar que el significado del ambiente físico no puede ser explicado por un modelo tridimensional (Russell et al., 1981), sino que se hacen necesarias más de tres dimensiones para poder evaluarlo con exactitud (Canter, 1978). También en este estudio, Hershberger hace referencia a una revisión realizada por Collins y Seaton (Citado en Hershberger, 1969) en la que consideran que las dos primeras dimensiones, atractivo estético y organización/orden, están siempre presentes en las investigaciones revisadas. Así, Hershberger genera una lista de 20 factores que se encuentran presentes en dichas investigaciones. A pesar de crear una lista tan extensa, este autor considera que los 5 primeros factores son lo que expresan con mayor intensidad el significado del ambiente: estética, acogibilidad, organización, potencia y espacio.

4.2. Dimensiones afectivas.

Si bien algunos de los autores anteriores, interesados principalmente en las dimensiones descriptivas, ya utilizaron en sus investigaciones algunos ítems referidos a dimensiones afectivas (Hershberger, 1969; Kasmar et al., 1968), fueron Mehrabian y Russell (1974) los primeros que hicieron hincapié en conocer las dimensiones afectivas del ambiente, basándose también en las dimensiones del Diferencial Semántico (Osgood et al., 1957) Evaluación, Potencia y Actividad. Estos autores proponen un modelo tridimensional explicado por las dimensiones emocionales de agrado,

activación y dominación, análogas a las dimensiones de Osgood et al., que median entre la conducta y el efecto que el ambiente produce en ésta (Russell et al., 1981). La primera de ellas se relaciona con la evaluación en el sentido en que los lugares evaluados más positivamente producen un mayor sentimiento de placer/agrado, la dimensión de activación se refiere a una combinación de actividad y alerta y la dimensión de dominación es considerada por estos autores como la inversa de la potencia evaluada en un ambiente concreto.

Este modelo tridimensional (Mehrabian y Russell, 1974; Mehrabian, 1980) fue creado a través de tres estudios. En el primero de ellos seleccionaron 28 pares de adjetivos y describieron 40 situaciones ambientales diferentes. De éstas, cada participante, de los 134 totales, completaba el cuestionario relativo a 8 situaciones escogidas aleatoriamente. Los resultados fueron sometidos a un análisis factorial que mostró 4 factores principales, si bien el último factor sólo se componía de un ítem. Con el propósito de mejorar esta lista de descriptores emocionales desarrollaron un segundo estudio en el que, basándose en los resultados obtenidos, seleccionaron 18 pares de adjetivos y añadieron 5 más para la dimensión de dominación. Una nueva muestra de 163 estudiantes evaluó 20 situaciones diferentes en dicha escala de adjetivos, obteniendo en esta ocasión 3 factores principales que explicaban un 61% de la varianza total. Un último estudio fue llevado a cabo para validar la escala final. En esta ocasión seleccionaron los 6 pares de adjetivos con mayores pesos en cada una de las dimensiones y 214 estudiantes evaluaron 6 situaciones diferentes en estos 18 pares de adjetivos. Los resultados obtenidos confirmaron las escalas obtenidas en el segundo estudio, ratificando la existencia de las dimensiones de agrado, activación y dominación.

Sin embargo, Russell et al. (1981) consideraban que las escalas de Mehrabian y Russell (1974) no eran suficientemente adecuadas para describir un ambiente, puesto que habían sido desarrolladas y validadas para ambientes simulados, asumiendo además que las dimensiones subyacentes a estos significados son bipolares. Así, Russell et al. decidieron desarrollar una investigación en la que utilizarían adjetivos separados (no por pares) para evaluar si las dimensiones obtenidas son efectivamente bipolares o no, así como espacios reales evaluados por las personas *in situ*. La lista que

utilizaron fue de 105 adjetivos; 60 adjetivos seleccionados de la lista de Craik (1971) y 45 adjetivos obtenidos de un total de 585 palabras nombradas por 52 participantes al evaluar 40 ambientes diferentes. A continuación 323 participantes evaluaron ambientes diferentes, tales como una playa nudista, un aeropuerto, un laboratorio, un dormitorio, un hospital, un parque, una peluquería, etc. La mayoría de los participantes fueron reclutados en cada uno de los espacios a evaluar, si bien los que evaluaron ambientes de más difícil acceso fueron llevados hasta allí. Los ambientes eran evaluados por medio de los 105 adjetivos en una escala de 1 a 8, donde 1 era extremadamente incorrecto y 8 extremadamente correcto. A continuación evaluaban la reacción emocional a través de las escalas de agrado, activación y dominación desarrolladas por Mehrabian y Russell (1974). Por medio de varios análisis estos autores encontraron que la lista de 105 adjetivos podía ser explicada a través de dos factores: agrado y activación. Si bien es cierto que los análisis factoriales mostraron como tercer factor la dominación, éste sólo explicaba una parte insignificante de la varianza. Por último los autores trataron de distribuir los 105 adjetivos en un espacio bidimensional definido por las dimensiones de agrado y activación. Para ello realizaron un análisis de cluster con los 105 adjetivos, observando que éstos se agrupaban en 21 grupos en función de la similaridad de los adjetivos. Para cada uno de los grupos encontrados los autores seleccionaron el adjetivo que consideraban más representativo y los distribuyeron en el espacio bidimensional.

Russell y Pratt (1980)¹ reformularon este espacio bidimensional proponiendo un espacio bipolar circular definido por ocho descriptores afectivos (Ver figura 4.1.). Utilizando este modelo teórico como guía, llevaron a cabo dos estudios para desarrollar ocho escalas que evaluaran las variables propuestas en la figura (teniendo como ejes principales: activación, soporífero, desagrado, agrado; y como ejes secundarios: angustia, relajación, excitación, aburrimiento). Utilizando los datos del estudio llevado a cabo por Russell et al. (1981), se tomaron las respuestas a los 105 adjetivos de los 323 participantes, dividiéndolos en dos muestras, la primera utilizada para la construcción de la escala (N = 161) y la segunda para la validación de la misma

¹ Esta investigación, aunque fue publicada en una fecha previa al artículo de Russell et al. (1981), es cronológicamente posterior al mismo, por lo que se ha decidido comentar siguiendo el orden original de las investigaciones.

(N = 162). Con la primera muestra (N = 161) se realizó un análisis factorial de los 105 adjetivos obteniendo los dos factores principales de agrado y activación. A continuación se seleccionaron, para cada una de los ocho escalas, aquellos adjetivos que tenían los pesos apropiados en cada una de las dos dimensiones, tal y como proponían en su modelo (por ejemplo, ítems con pesos moderadamente positivos en ambas dimensiones para la escala de excitación, o ítems con pesos moderadamente negativos en ambas dimensiones para la escala de aburrimiento). Los datos de la segunda muestra (N = 162) fueron entonces utilizados para comprobar el procedimiento de la construcción de las escalas, a través de un análisis factorial y de correlaciones de dichas escalas con las escalas de agrado y activación de Mehrabian y Russell (1974). El análisis factorial mostró dos factores principales, confirmando que las ocho escalas forman un espacio bipolar circular.

A continuación se seleccionaron nuevos ítems para las ocho escalas, de tal forma que hubiese 10 ítems por cada una de ellas. Doscientos cuarenta y un participantes completaron este nuevo cuestionario en diferentes ambientes, en un procedimiento similar al del estudio anterior. Con los datos obtenidos se realizaron correlaciones entre los ítems pertenecientes a una misma escala y se seleccionaron los 5 cinco ítems con las mayores correlaciones para cada una de las escalas.

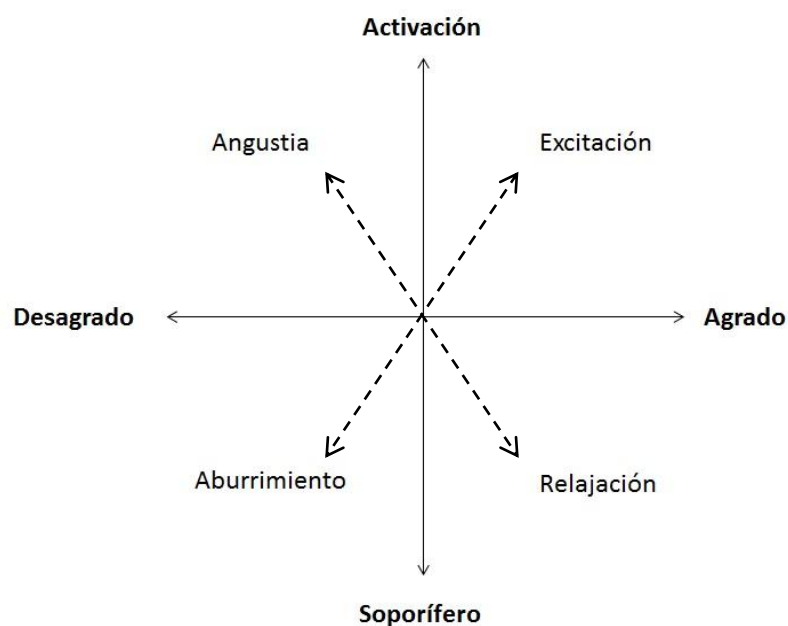


Figura 4.1. Modelo de los ocho descriptores de las cualidades afectivas del ambiente (Adaptado de Russell y Pratt, 1980, p. 313).

Un último análisis factorial mostró que la solución obtenida coincidía con el planteamiento teórico propuesto inicialmente (Figura 4.1.). Además, tal y como se puede observar en dicha figura, las ocho escalas “unipolares” en realidad se distribuyen en 4 escalas bipolares (agrado-desagrado, activación-soporífero, excitación-aburrimiento, angustia-relajación), todas ellas con índices α de fiabilidad superiores a 0,86. Estas escalas miden las atribuciones de las personas respecto a las cualidades afectivas de un ambiente, asignando a esta atribución un punto en el espacio definido por unas coordenadas x e y . De esta forma, sólo dos de las cuatro dimensiones son necesarias para representar las cualidades afectivas de un ambiente (Russell y Lanius, 1984; Russell y Pratt, 1980). Para comprobar el nivel de consenso entre observadores en las escalas de agrado y activación se solicitó a 609 participantes que evaluaran, a través de fotografías, 20 ambientes diferentes en las dos escalas. Los resultados mostraron que efectivamente existe un consenso entre los observadores en lo que a las cualidades afectivas de un ambiente se refiere.

En línea con este modelo propuesto por Russell y Pratt (1980), Corraliza (1987) desarrolla un instrumento en castellano que permita evaluar las dimensiones afectivas de los lugares. Con los adjetivos de las listas elaboradas por Kasmar (1970; Vielhauer-Kasmar, 1965), Russell et al. (1981), Mehrabian y Russell (1974), entre otros, Corraliza construyó una lista de 85 adjetivos afectivos del ambiente. Los términos contrarios de estos adjetivos fueron determinados por 5 jueces y 32 estudiantes evaluaron su exactitud como antónimos de los adjetivos originales. Con esta lista se realizó un estudio en el que 213 estudiantes debían de evaluar 5 ambientes diferentes en cada uno de los pares de adjetivos. Los resultados mostraron 4 factores principales que explicaban un 45% de la varianza total: atracción (similar a agrado-desagrado desarrollada por Russell y Pratt, 1980), activación (similar a activación-soporífero de Russell y Pratt), impacto (similar a la dimensión de potencia del diferencial semántico) y control (factor novedoso tras la revisión de trabajos empíricos). A continuación solicitó a 82 estudiantes que evaluaran 4 lugares en la lista de adjetivos obtenida para comprobar la validez de la misma. Estos lugares debían ser imaginados por los participantes de forma individual por medio de la siguiente frase: “Un lugar que le resulte de máximo agrado/de extrema viveza/muy llamativo/muy controlable”, con

la intención de obtener las puntuaciones de 4 lugares que representasen los factores obtenidos previamente. Los resultados mostraron que los 4 lugares 'imaginados' se representaban en la escala de su factor correspondiente, probando así la validez de la lista de adjetivos creada.

Con el objetivo de poner a prueba la escala creada, Corraliza (1987) desarrolló dos investigaciones más. En la primera solicitó a 502 participantes (estudiantes, profesores y personal administrativos de la Universidad Autónoma de Madrid) que evaluaran 10 lugares representativos dentro del Campus de Cantoblanco (Madrid), en la lista de adjetivos obtenida previamente. Los resultados mostraron que existía una falta de significación de los ambientes para los participantes si bien las cuatro dimensiones anteriormente descritas volvieron a surgir de los análisis. Para tratar de conseguir unos espacios que se diferenciaban más entre sí y que fuesen más significativos para los participantes, se llevó a cabo una última investigación en la que 183 participantes escogidos al azar evaluaron in situ 6 lugares diferentes de la ciudad de Madrid. Los resultados volvieron a mostrar las 4 dimensiones de agrado, activación, impacto y control y mostró que estas 4 escalas permiten discriminar los diferentes espacios estudiados.

El estudio de las investigaciones revisadas en este capítulo pone de manifiesto que para poder evaluar un espacio en su totalidad es necesario tener en cuenta las características descriptivas y connotativas de los espacios percibidos, bien sean lugares públicos como aeropuertos, hospitales, zonas determinadas de la ciudad (Corraliza, 1987; Hershberger, 1969; Kasmar, 1970; Mehrabian y Russell, 1974; Russell et al., 1981; Vielhauer-Kasmar, 1965) o espacios privados como oficinas, un cuarto de baño, una cocina o una sala de terapia (Kasmar et al., 1968; Mehrabian y Russell, 1974; Samuelson y Lindauer, 1976; Vielhauer-Kasmar, 1965). De hecho se ha podido observar cómo en las investigaciones en las que se elaboraba la escala de adjetivos a partir de la asociación libre de los participantes (Hershberger, 1972; Kasmar, 1970; Vielhauer-Kasmar, 1965), éstos incluían adjetivos relativos a características descriptivas así como a las connotativas, lo que indica que cuando se pide a las personas que evalúen un espacio, éstas consideran necesario utilizar adjetivos de ambas dimensiones para poder expresar claramente las características del lugar. Así

mismo, son varios los autores que mantienen que para poder tener una comprensión más amplia del significado del ambiente es necesario prestar atención tanto a los elementos descriptivos como a las emociones que suscita el mismo (Mehrabian y Russell, 1974; Mehrabian, 1980; Russell y Pratt, 1980).

5. Características de los dormitorios.

Por medio de la observación de las fotografías de un grupo de dormitorios, en este estudio se pretende que una muestra de observadores evalúe cada uno de los mismos considerando los dormitorios como un espacio molar, definido por todos los aspectos del entorno que son directamente perceptibles por una persona (Ward y Russell, 1981). Todos estos aspectos del entorno serán operativizados a través de dos escalas, una relativa a las características descriptivas del espacio y otra a las características connotativas del mismo.

De esta forma en este estudio se propone conocer qué atributos o características tanto connotativas como descriptivas definen los dormitorios de estudiantes universitarios que disponen de un uso exclusivo del mismo, así como estudiar qué diferencias se pueden observar entre dichos dormitorios. Por último, se pretende comprobar si existe alguna diferencia entre las puntuaciones otorgadas tanto por observadores varones como mujeres a dormitorios de propietarios varones y mujeres.

Para la consecución de estos objetivos ha sido necesaria la adaptación y elaboración de dos escalas, connotativa y descriptiva, de los espacios. Para la primera de las escalas se ha decidido realizar una adaptación de las escalas del modelo de Russell y Pratt (1980), frente al modelo desarrollado por Corraliza (1987) o el de Mehrabian y Russell (1974), ya que el esquema de Russell y Pratt permite expresar la totalidad de la experiencia emocional del ambiente y construir una definición operativa de la calidad afectiva de dicho ambiente (Nasar, 2008; Russell y Snodgrass, 1987). Para la escala descriptiva se ha desarrollado el siguiente estudio piloto en el que, a partir de la EDA de Kasmar (1970; Vielhauer-Kasmar, 1965), se elaborará una escala compuesta por las dimensiones descriptivas de atractivo estético y organización física, presentes en muchas investigaciones (Hershberger, 1969) y consideradas por Hershberger (1972) como 2 de las 5 más importantes.

5.1. Estudio piloto: Elaboración de la escala descriptiva.

5.1.1. Método:

Participantes:

Los participantes de este estudio piloto fueron 92 estudiantes de Psicología, 59 de ellos pertenecientes a la Universidad Complutense de Madrid y los 33 restantes a la Universidad Autónoma de Madrid. De ellos el 75% eran mujeres con una media de edad era de 23,24 años ($DT = 1,96$).

Instrumento y procedimiento:

Para la construcción de esta escala se tomaron los 66 pares de adjetivos provenientes del Léxico de descriptores ambientales desarrollado por Kasmar (1970; Vielhauer-Kasmar, 1965), ya que es la escala que más frecuentemente se ha utilizado, en su totalidad o versiones reducidas, en investigaciones referidas al estudio de espacios primarios como los dormitorios (Imamoglu, 1970; Kasmar et al., 1968; Kasmar, 1970; Samuelson y Lindauer, 1976; Vielhauer-Kasmar, 1965). En primer lugar se eliminaron 29 pares que estaban repetidos al traducirlos al castellano o bien que fueron considerados adjetivos referidos a características físicas independientes del habitante o difícilmente perceptibles a través de fotografías, como por ejemplo temperatura, olor, trazado. En segundo lugar, se eliminaron de esta lista 11 pares de adjetivos que, según Corraliza (1987), tienen un significado connotativo y que forman parte de los factores que él mismo consideró en su investigación. Por último, de los 26 pares de adjetivos restantes, se eliminaron 5 pares que no eran aplicables a dormitorios, sino más bien a espacios arquitectónicos (p. e. espacio libre/restringido, privado/público, entre otros).

De esta forma se consiguió obtener una lista de 21 pares de adjetivos, cada par compuesto por un adjetivo y su antónimo. Con esta lista se diseñó un cuestionario *online* (Anexo A) en el que se solicitaba a los participantes, además de algunas cuestiones sociodemográficas como la edad y el género, que evaluaran su dormitorio en una escala de 1 a 5 donde cada extremo de la escala era uno de los adjetivos del par. Todos los ítems fueron presentados de forma aleatoria, y la mitad de ellos fueron

presentados invertidos, es decir, en la mitad de los ítems el adjetivo positivo se encontraba en la máxima puntuación, mientras que en la otra mitad se encontraba en la puntuación más baja. Así mismo, y como método de control, se le preguntó a los participantes si habían colaborado en alguna investigación análoga o similar a esta, con el propósito de evitar que un mismo participante fuese reclutado en diferentes fases.

5.1.2. Resultados:

En primer lugar se seleccionaron sólo aquellos participantes que no hubiesen colaborado anteriormente en investigaciones similares, dando lugar a una muestra final de 80 participantes, siendo el 80% mujeres con una media de edad 23,30 años ($DT = 1,95$). A continuación se realizó un análisis factorial de ejes principales con rotación varimax para los 21 pares de adjetivos. Este análisis mostró 5 factores con autovalores superiores a 1, sin embargo, y tal y como proponen Pardo y Ruiz (2002), si se observa el gráfico de sedimentación se puede observar que el punto de inflexión en el que los autovalores dejan de formar una pendiente significativa se produce a partir del tercer autovalor, lo que indica que sólo deben extraerse los dos primeros factores y desechar del tercero en adelante. En la Tabla 5.1. se pueden observar las cargas factoriales de todos los ítems en los dos primeros factores, que explican un 49,50% de la varianza total ($KMO = 0,815$; $\chi^2 = 924,43$, $p < 0,001$).

El primer factor se compone de 10 ítems (con pesos de 0,164 a 0,831) que evalúan el ambiente estético de la habitación, mientras que el segundo factor se compone de 11 pares de adjetivos (con pesos de -0,152 a 0,919) que indican la organización física de la misma.

Para la creación de la escala de atractivo estético y organización física, se decidió seleccionar los 4 pares de adjetivos con mayor peso en cada factor. Así para la dimensión de atractivo estético se tomaron los pares de adjetivos: pasado de moda-a la moda, viejo-nuevo, antiguo-moderno y sin estilo-estiloso (con pesos que oscilan de 0,559 a 0,831), y para la dimensión de organización física se seleccionaron los pares de adjetivos: desorganizado-organizado, desordenado-ordenado, sucio-limpio y mal conservado-bien conservado (con pesos que varían de 0,489 a 0,919).

Tabla 5.1.

Matriz de configuración de los factores rotados (varimax)

	1	2
Pasado de Moda-A la Moda	0,831	0,064
Viejo-Nuevo	0,816	0,041
Antiguo-Moderno	0,752	0,171
Sin estilo-Estiloso	0,559	0,206
De mal gusto-De buen gusto	0,446	0,334
Deslucido-Brillante	0,355	0,233
Triste-Alegre	0,339	0,007
Hortera-Elegante	0,337	0,260
Monótono-Colorido	0,197	0,024
Corriente-Diferente	0,164	0,077
Desorganizado-Organizado	0,009	0,919
Desordenado-Ordenado	0,082	0,769
Sucio-Limpio	0,326	0,584
Mal-Bien conservado	0,393	0,489
Desequilibrado-Equilibrado	0,200	0,386
No eficiente-Eficiente	0,256	0,304
Abarrotado-Desahogado	0,135	0,250
No funcional-Funcional	0,096	0,216
Mala-Buena distribución del espacio	0,175	0,209
Recargado-Sencillo	0,057	0,101
Relajante-Excitante	0,005	-0,152
% de varianza explicada	35,86	13,64

NOTA: Las cargas factoriales que aparecen en negrita indican el factor al que pertenece cada ítem.

Se realizó un análisis de fiabilidad con las puntuaciones directas de las respuestas dadas a los cuatro ítems de cada factor, obteniendo un valor $\alpha = 0,886$ para atractivo estético y un valor $\alpha = 0,850$ para organización física.

5.2. Estudio 1: Características de los dormitorios.

Habiendo establecido la escala descriptiva, formada por las dimensiones de atractivo estético y organización física, una muestra de estudiantes evaluó los dormitorios en función de esta escala y de la escala connotativa, adaptada de Russell y Prat (1980).

5.2.1 Método:

Participantes:

Esta investigación se ha llevado a cabo con 113 estudiantes de la Facultad de Psicología de la Universidad Complutense de Madrid, con una edad media de 21,24 ($DT = 3,49$), de los cuales el 59,3% eran mujeres. La muestra fue dividida en 4 grupos aleatorios con distribuciones de género y edad similar (ver Tabla 5.2.).

Tabla 5.2.
Distribución de los participantes en cada grupo

	Grupo 1	Grupo 2	Grupo 3	Grupo 4
N	27	31	28	27
Edad media (DT)	21,00 (2,7)	21,42 (3,0)	21,04 (2,7)	21,48 (5,1)
% Mujeres	55,6	61,3	60,7	59,3

Instrumento y procedimiento:

Los estímulos utilizados en este estudio fueron 55 dormitorios de estudiantes universitarios que disponían de su dormitorio para su uso exclusivo, un ejemplo de los mismos puede ser observado en la Figura 5.1. Estos dormitorios se mostraban en tres fotografías apaisadas, la primera de ellas se tomaba desde la puerta de la habitación hacia el lado contrario, la segunda desde este ángulo opuesto hacia la puerta (manteniendo ésta cerrada) y la tercera fotografía complementaba la dos anteriores mostrando zonas que hubieran podido ser omitidas y que fuesen representativas para el propietario. Para evitar la fatiga de los participantes, estos 55 dormitorios fueron divididos en 4 grupos, creados de forma aleatoria, si bien se mantuvo un control acerca de la distribución del género de los propietarios². Los tres primeros grupos se componían de 14 dormitorios, mientras que el cuarto estaba formado por 13 dormitorios.

Para la presentación de cada conjunto de dormitorios se diseñó una aplicación informática que aleatorizase la aparición de los mismos (Anexo B). Así mismo, para la evaluación de cada dormitorio se mostraba, en primer lugar, cada una de las

² La composición exacta de los 4 grupos de dormitorios era la siguiente: Grupo 1: 8 mujeres y 6 varones; Grupo 2: 7 mujeres y 7 varones; Grupo 3: 8 mujeres y 7 varones; Grupo 4: 7 mujeres y 6 varones.

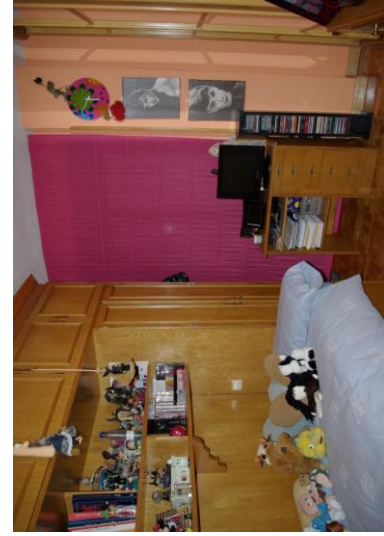
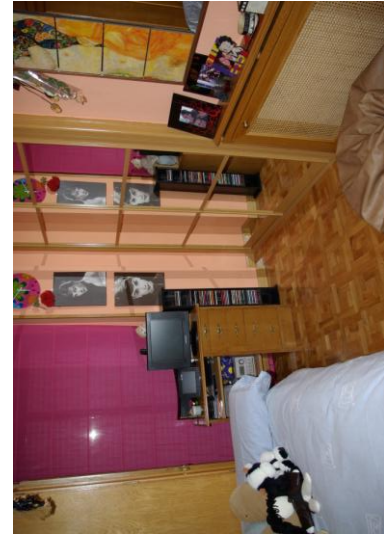


Figura 5.1. Ejemplos de dormitorios utilizados. 1) Dormitorio de varón. 2) Dormitorio de mujer.

fotografías de forma individual y durante 5 segundos y a continuación el conjunto de las tres fotografías y las preguntas con las que debían de evaluar al propietario del dormitorio.

En esta aplicación informática se solicitaba a los participantes que evaluaran el dormitorio en dos escalas bipolares de adjetivos; la primera de ellas relativa a los atributos connotativos del espacio y la segunda referida a las características descriptivas de dicho espacio. La primera de estas escalas se corresponde con las dimensiones de agrado y activación del modelo circular del afecto, desarrollado por Russell y Pratt (1980), mientras que la segunda de las escalas se corresponde con las dimensiones de atractivo estético y organización física denominadas por Kasmar (1970; Vielhauer-Kasmar, 1965) y desarrolladas en el estudio piloto. Los pares de adjetivos correspondientes a cada dimensión y a cada escala se muestran en la Tabla 5.3.

Tabla 5.3.
Ítems correspondientes a las escalas Connotativa y Descriptiva de los dormitorios

Escala Connotativa	
Dimensión agrado	Dimensión activación
Estimulante/Deprimente	Ocupado/Desocupado
Confortable/Incómodo	Bullicioso/Silencioso
Atractivo/Repulsivo	Activo/Pasivo
Bonito/Feo	Lleno/Vacío
Escala Descriptiva	
Dimensión atractivo estético	Dimensión organización física
A la moda/Pasado de moda	Bien conservado/Mal conservado
Estiloso/Sin estilo	Organizado/Desorganizado
Moderno/Antiguo	Ordenado/Desordenado
Nuevo/Viejo	Limpio/Sucio

Las preguntas formuladas eran presentadas en una escala de 1 a 5. De los 4 pares de adjetivos, para cada una de las dimensiones, dos eran presentados con el adjetivo positivo en primer lugar y dos con el adjetivo negativo. Todas las preguntas fueron presentadas de forma aleatoria, evitando siempre que los pares de adjetivos que pertenecían a una dimensión apareciesen seguidos.

5.2.2. Resultados:

En primer lugar se realizó un análisis factorial para cada una de las escalas para comprobar que los adjetivos utilizados conforman las dimensiones correspondientes a cada una de las escalas. Teniendo en cuenta que cada uno de los 113 participantes evaluaba 14 dormitorios (excepto los participantes que pertenecían al Grupo 4, que evaluaron 13 dormitorios), para realizar estos análisis factoriales se han utilizado todas las evaluaciones hechas por todos los participantes, lo que da lugar a 1555 evaluaciones.

Así, para la escala de atributos connotativos se llevó a cabo un análisis factorial de ejes principales con rotación varimax con los adjetivos correspondientes a las dimensiones de agrado y activación. Este análisis mostró que la escala se compone de dos factores, que explican un 66,48% de la varianza total ($KMO = 0,810$; $\chi^2 = 4984,52$, $p < 0,001$). En la matriz de componentes rotados (Tabla 5.4.) se puede observar cómo cada uno de los pares de adjetivos se distribuye en los dos factores.

Tabla 5.4.³

Matriz de configuración de los factores rotados (varimax)

	Agrado	Activación
Atractivo-Repulsivo	0,869	
Bonito-Feo	0,860	
Estimulante-Deprimente	0,745	
Confortable-Incómodo	0,744	
Lleno-Vacío		0,747
Ocupado-Desocupado		0,641
Activo-Pasivo		0,601
Bullicioso-Silencioso		0,567

En primer lugar los adjetivos que conforman la dimensión de agrado han obtenido cargas factoriales entre 0,744 y 0,869. En segundo lugar los adjetivos que configuran la dimensión de activación obtuvieron cargas factoriales entre 0,567 y 0,747. Así mismo, se realizó un análisis de fiabilidad con las puntuaciones directas de

³ se han eliminado todas las cargas factoriales con valores inferiores a 0,55 ya que, según (Hair, Anderson, Tatham, y Black, 1999) para obtener un nivel de potencia del 80% en el análisis factorial con un $N = 113$, los valores de las cargas factoriales sólo se considerarán significativos a partir de 0,55.

las respuestas a los cuatro ítems de cada factor, obteniendo un valor $\alpha = 0,876$ para el factor agrado y un valor $\alpha = 0,726$ para el factor activación.

El análisis factorial referente a las características descriptivas del espacio mostró que la escala está compuesta de dos factores que explican un 73,79% de la varianza total ($KMO = 0,866$; $\chi^2 = 7221,99$, $p < 0,001$). En la tabla 5.5. se puede observar la matriz de componentes rotados. Así, el factor atractivo estético está formado por adjetivos con cargas factoriales de 0,689 a 0,843, mientras que el factor organización física se compone de adjetivos con cargas factoriales de 0,597 a 0,873. Por último, se realizó un análisis de fiabilidad para dichos factores, obteniendo un valor $\alpha = 0,869$ para el factor atractivo estético y un valor $\alpha = 0,882$ para el factor organización física.

Tabla 5.5.⁴

Matriz de configuración de los factores rotados (varimax)

	Atractivo estético	Organización física
A la moda-Pasado de moda	0,843	
Moderno –Antiguo	0,792	
Nuevo-Viejo	0,727	
Estiloso -Sin Estilo	0,689	
Ordenado-Desordenado		0,873
Organizado-Desorganizado		0,832
Limpio-Sucio		0,775
Bien conservado-Mal conservado		0,597

A continuación se decidió realizar un análisis de correlaciones entre las cuatro dimensiones con la intención de observar, de manera preliminar, cómo se relacionan estas dimensiones. En la Tabla 5.6. se puede observar como agrado correlacionó positivamente con atractivo estético ($r = 0,889$, $p < 0,001$) y con organización física ($r = 0,738$, $p < 0,001$), y negativamente con activación ($r = -0,302$, $p = 0,025$).

⁴ Se han eliminado todas las cargas factoriales con valores inferiores a 0,55 ya que, según Hair et al. (1999) para obtener un nivel de potencia del 80% en el análisis factorial con un $N = 113$, los valores de las cargas factoriales sólo se considerarán significativos a partir de 0,55.

Tabla 5.6.

Correlaciones entre las puntuaciones medias de los atributos del espacio.

	Activación	Atractivo Estético	Organización Física
Agrado	-0,302*	0,889***	0,738***
Activación	—	-0,215	-0,683***
Atractivo Estético		—	0,598***

La dimensión de activación ha obtenido correlaciones significativas con agrado ($r = -0,302$, $p = 0,025$) y con organización física ($r = -0,683$, $p < 0,001$), sin embargo no se encuentra relacionada con atractivo estético. En cuanto a esta última variable, Atractivo estético, se han obtenido correlaciones significativas con organización física ($r = 0,598$, $p < 0,001$), así como con agrado ($r = 0,889$, $p < 0,001$).

Percepciones de los observadores varones y mujeres:

Para poder comprobar hasta qué punto los observadores varones y mujeres perciben de forma diferente los dormitorios de propietarios varones y mujeres en cada una de las cuatro dimensiones, se llevó a cabo un ANOVA de 2 (género del observador: varón vs. mujer) x 2 (puntuación otorgada en cada una de las dimensiones a dormitorios de varones vs. dormitorios de mujeres) para cada una de las cuatro dimensiones. En el primero de estos análisis, referido a la dimensión de Agrado, los resultados mostraron un efecto principal significativo de esta dimensión, atribuyéndose un mayor agrado a los dormitorios de mujeres ($M = 3,21$) que a los de varones ($M = 2,67$, $F_{(1,111)} = 81,83$, $p < 0,001$, $\eta^2_p = 0,42$). Así mismo, también se da un efecto significativo de la interacción del género del observador y del género del propietario. Tal y como se puede observar en la Figura 5.2., al evaluar los dormitorios de varones, los observadores varones ($M_{Ob_v} = 2,85$) percibieron éstos como más agradables que las observadoras mujeres ($M_{Ob_m} = 2,49$, $F_{(1,111)} = 13,83$, $p < 0,001$, $\eta^2_p = 0,11$), sin embargo, al evaluar los dormitorios de mujeres, no se encontraron diferencias significativas entre las puntuaciones otorgadas por observadores varones ($M_{Ob_v} = 3,20$) y mujeres ($M_{Ob_m} = 3,21$, $F_{(1,111)} = 0,07$, $p = 0,900$, $\eta^2_p = 0,00$) (Figura 5.2.).

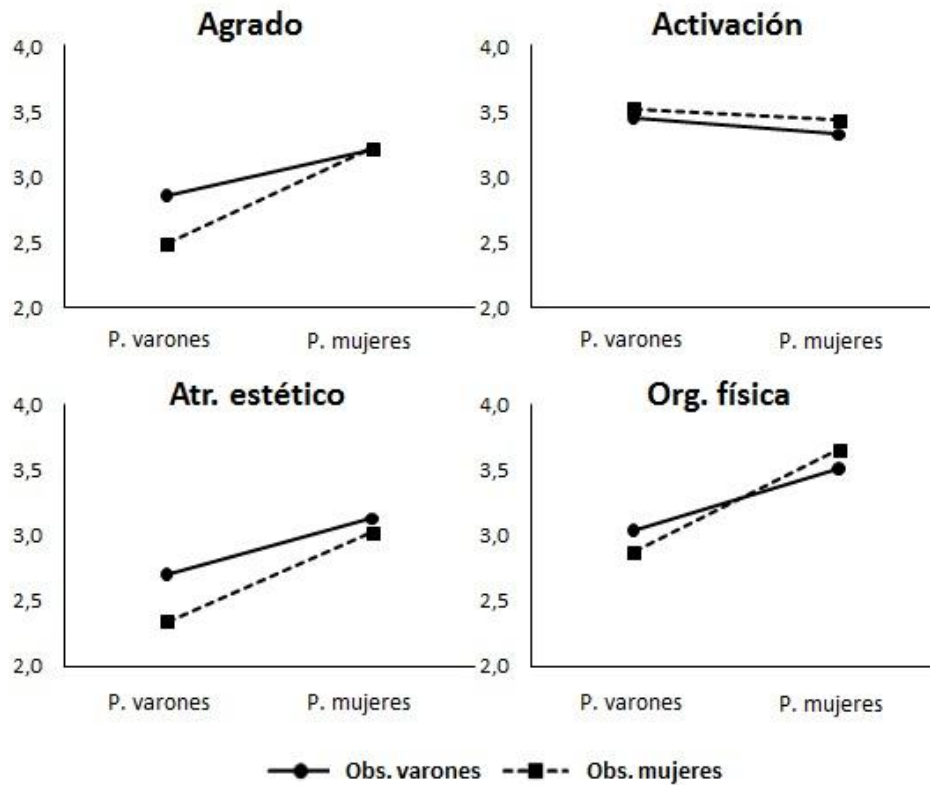


Figura 5.2. Medias para dormitorios de varones y mujeres en cada una de las escalas. P. = propietarios, M_{Ob_m} = Media de observadoras mujeres, M_{Ob_v} = Media de observadores varones

En lo que respecta a la dimensión de activación, el ANOVA de 2 (género del observador: varón vs. mujer) x 2 (puntuación otorgada en activación: dormitorios de varones vs. dormitorios de mujeres), ha mostrado un efecto principal significativo de esta dimensión, atribuyéndose una mayor activación a los dormitorios de mujeres ($M = 3,38$) que a los de varones ($M = 3,48$, $F_{(1,111)} = 4,79$, $p = 0,031$, $\eta^2_p = 0,04$). En cuanto al efecto de la interacción del género del observador y del género del propietario no se han encontrado diferencias significativas, siendo las puntuaciones otorgadas por los observadores varones y las observadoras mujeres similares tanto para los dormitorios de varones ($M_{Ob_v} = 3,45$, $M_{Ob_m} = 3,52$, $F_{(1,111)} = 0,75$, $p = 0,388$, $\eta^2_p = 0,01$), como para los dormitorios de mujeres ($M_{Ob_v} = 3,32$, $M_{Ob_m} = 3,43$, $F_{(1,111)} = 2,17$, $p = 0,144$, $\eta^2_p = 0,02$) (Figura 5.2.).

El cuanto al análisis relativo a la dimensión de atractivo estético, los resultados mostraron un efecto principal significativo de esta dimensión, siendo atribuido un

mayor atractivo estético a los dormitorios de mujeres ($M = 3,08$) que a los de varones ($M = 2,53$, $F_{(1,111)} = 116,32$, $p < 0,001$, $\eta^2_p = 0,51$). Así mismo, también se da un efecto significativo de la interacción del género del observador y del género del propietario. Tal y como se puede observar en la figura 5.2., al evaluar los dormitorios de varones, los observadores varones ($M_{Ob_v} = 2,71$) percibieron éstos como más atractivos estéticamente que las observadoras mujeres ($M_{Ob_m} = 2,35$, $F_{(1,111)} = 15,42$, $p < 0,001$, $\eta^2_p = 0,12$), sin embargo, al evaluar los dormitorios de mujeres, no se encontraron diferencias significativas entre las puntuaciones otorgadas por observadores varones ($M_{Ob_v} = 3,13$) y mujeres ($M_{Ob_m} = 3,03$, $F_{(1,111)} = 1,55$, $p = 0,216$, $\eta^2_p = 0,01$) (Figura 5.2.).

El último de estos análisis, referido a la dimensión de organización física, ha mostrado un efecto principal significativo de esta variable, atribuyéndose una mayor organización física a los dormitorios de mujeres ($M = 3,59$) que a los de varones ($M = 2,96$, $F_{(1,111)} = 132,73$, $p < 0,001$, $\eta^2_p = 0,55$). En cuanto al efecto de la interacción del género del observador y del género del propietario no se han encontrado diferencias significativas, siendo las puntuaciones otorgadas por los observadores varones y las observadoras mujeres similares tanto para los dormitorios de varones ($M_{Ob_v} = 3,04$, $M_{Ob_m} = 2,88$, $F_{(1,111)} = 2,51$, $p = 0,116$, $\eta^2_p = 0,02$), como para los dormitorios de mujeres ($M_{Ob_v} = 3,52$, $M_{Ob_m} = 3,66$, $F_{(1,111)} = 3,08$, $p = 0,082$, $\eta^2_p = 0,03$) (Figura 5.2.).

Tipo de dormitorio según el modelo de Russell y Pratt (1980):

A partir del modelo elaborado por Russell y Pratt (1980) (Figura 4.1.), compuesto por las dimensiones de Agrado y Activación, se propone a continuación una comparación entre dormitorios. Estos autores proponían que la combinación de estas dos dimensiones daría lugar a 4 cuadrantes en el espacio clasificados como angustioso (alta activación, bajo agrado), excitante (alta activación, alto agrado), relajado (baja activación, alto agrado) y aburrido (baja activación, bajo agrado). Para ello se situaron los 55 dormitorios en los ejes cartesianos definidos por las dos dimensiones de agrado y activación, según las puntuaciones medias obtenidas para cada dormitorio, tal y como se puede ver en la Figura 5.3. En ella se puede observar que 28 dormitorios eran clasificados como angustiantes, 14 como excitantes, 9 como relajantes, 3 como

aburridos y un único dormitorio que no entró en la clasificación por tener en ambas escalas el punto medio de las mismas (Figura 5.3.). Al observar esta frecuencia tan diferente entre los tipos de dormitorios, se decidió estudiar únicamente las diferencias entre los dormitorios angustiantes ($N = 28$) y los excitantes ($N = 14$), ya que estos dos grupos tienen un N más amplio y similar, respecto de los otros dos.

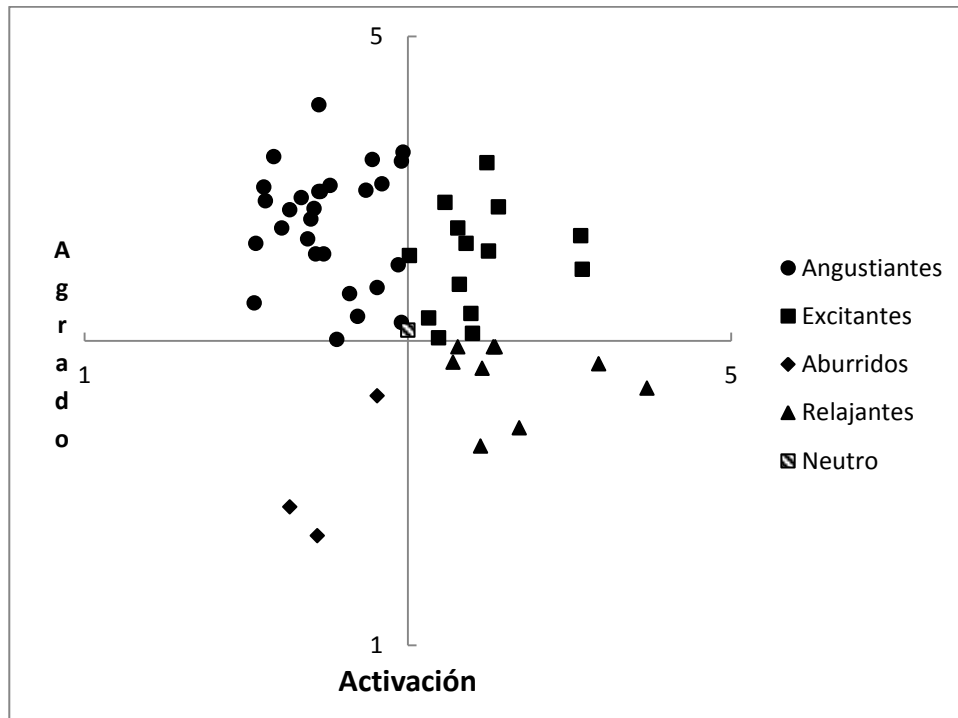


Figura 5.3. Clasificación de los 55 dormitorios según el modelo de Russell y Pratt (1980)

En primer lugar se comprobó la distribución de ambos géneros en los dos tipos de dormitorios por medio del estadístico Chi cuadrado. Los resultados permitieron observar que existe una relación entre el género del propietario y el tipo de dormitorio (angustioso/excitante) al que se les adscribe ($\chi^2 = 4,77$, $gl = 1$, $p = 0,029$), pudiendo comprobar que el grupo de dormitorios “angustiosos” está formado en un 64,3% por varones, mientras que el grupo de dormitorios “excitantes” está formado por un 71,4% de mujeres.

A continuación se realizó un análisis de diferencia de medias para muestras independientes para comprobar si los dormitorios angustiantes y relajantes difieren en las puntuaciones obtenidas en atractivo estético y organización física (Tabla 5.7.).

Los resultados muestran que existen diferencias significativas entre los dormitorios angustiantes y los excitantes tanto en la dimensión de atractivo estético ($t(21,52) = -5,148, p < 0,001$) como para organización física ($t(31,43) = -6,149, p < 0,001$), siendo en ambos casos los dormitorios excitantes los considerados como más atractivos estéticamente y los más organizados físicamente.

Tabla 5.7.
Medias y desviaciones típicas de los tipos de dormitorio en los atributos denotativos

	Tipo de dormitorio	
	Angustiantes (N = 28)	Excitantes (N = 14)
	Media (DT)	Media (DT)
Atr. estético	2,46 (0,35)	<*** 3,16 (0,44)
Org. física	2,70 (0,56)	<*** 3,69 (0,45)

A continuación se muestra un ejemplo de estos dos tipos de dormitorios en las Figuras 5.4. y 5.5. En estos ejemplos se pueden observar 3 dormitorios angustiantes (Figura 5.4.) y 3 excitantes (Figura 5.5.). Los dormitorios que se han seleccionado han sido aquellos que han obtenido las combinaciones de puntuaciones que se indican a continuación: puntuaciones más altas en Activación y menores en Agrado (para los dormitorios angustiantes), y puntuaciones más altas en Agrado y Activación (para los dormitorios excitantes), encontrándose que los tres dormitorios angustiantes presentados en la Figura 5.4. pertenecen a tres varones, mientras que los tres excitantes (Figura 5.5.) pertenecen a tres mujeres.

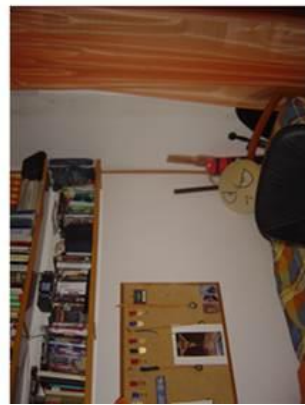
En este caso, resulta de interés realizar un breve análisis cualitativo de las fotografías de los dormitorios presentados en los ejemplos (Figuras 5.4. y 5.5.), ya que en ellos se encuentran las claves que han llevado a los observadores a establecer sus juicios. Así, si se observan los dormitorios de las Figuras 5.4. y 5.5. se puede observar cómo los dormitorios angustiantes tienen ropa a la vista, sobre la mesa, silla, suelo, al contrario que en los excitantes que no se observa a simple vista. Así mismo, en los 3 dormitorios excitantes (Figura 5.5.) se pueden observar estanterías con libros o películas con aspecto organizado, mientras que en los angustiantes aparecen en dos de ellos, y en uno de ellos carece de orden completamente (dormitorio 2).



Dormitorio 1



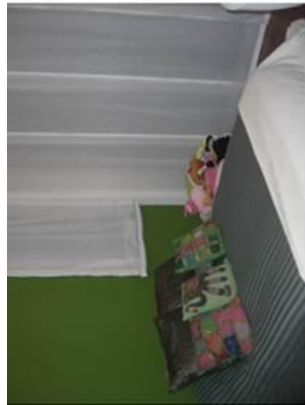
Dormitorio 2



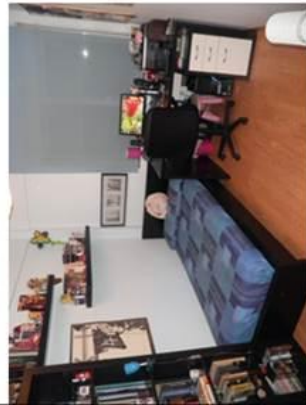
Dormitorio 3



Figura 5.4. Ejemplo de los tres dormitorios percibidos como más angustiantes.



Dormitorio 1



Dormitorio 2



Dormitorio 3

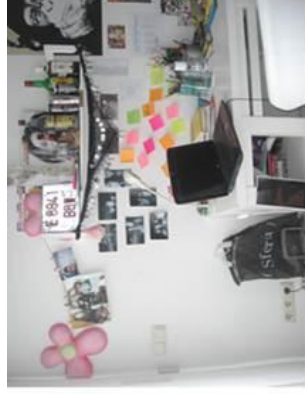
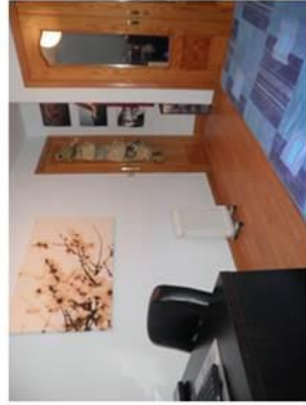
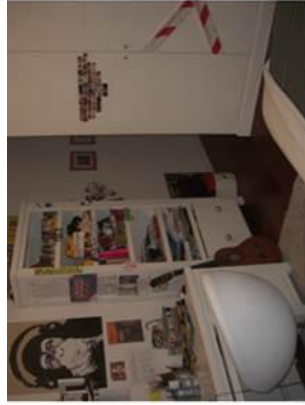


Figura 5.5. Ejemplo de los tres dormitorios percibidos como más excitantes.

Estos dos ejemplos parecen ir en la misma línea que los resultados obtenidos (un mayor atractivo estético y mayor organización física en los dormitorios excitantes), si bien no son más que meras observaciones de una pequeña muestra de los dos tipos de dormitorios estudiados.

5.2.3. Discusión:

Este estudio ha pretendido mostrar qué características permiten definir los dormitorios de jóvenes estudiantes, así como observar qué diferencias se dan entre los distintos dormitorios en dichas características. Tal y como Russell y Pratt (1980) mantienen, el significado que las personas atribuyen a los entornos se compone de significado perceptual-cognitivo y afectivo, por lo que para poder realizar una descripción completa de estos dormitorios es necesario tener en cuenta tanto los atributos connotativos como los descriptivos.

Siguiendo esta premisa, en el estudio piloto se ha desarrollado una escala de atributos descriptivos del ambiente a partir de la escala original desarrollada por Kasmar (1970; Vielhauer-Kasmar, 1965), una de las escalas publicadas de las que más eco se ha hecho la literatura. De esta forma, los resultados obtenidos a través del análisis factorial llevado a cabo en este estudio han permitido reducir y depurar la lista original de Kasmar hasta conseguir una escala compuesta por ocho ítems que definen las dimensiones de atractivo estético y organización física, dos de las dimensiones denominadas por Kasmar, y que tienen mayor aceptación entre el resto de investigadores (Canter, 1978; Hershberger, 1972).

Por otra parte, los análisis factoriales llevados a cabo en el estudio 1: Características de los dormitorios, han mostrado que tanto la escala descriptiva elaborada en el estudio piloto, como la escala connotativa adaptada de Russell y Pratt (1980), se componen de dos dimensiones cada una; atractivo estético y organización física para la descriptiva, y agrado y activación para la connotativa. A su vez, cada una de estas dimensiones está formada por 4 pares de adjetivos, permitiendo realizar un análisis de fiabilidad para cada una de estas dimensiones que muestra que todas ellas

poseen una fiabilidad más que buena, lo que indica una gran consistencia interna entre los elementos de cada escala (Pardo y Ruiz, 2002).

El análisis de las correlaciones llevado a cabo entre las 4 dimensiones, ha permitido observar una alta relación entre las variables, a excepción de activación y atractivo estético. Los resultados indican que cuanto mayor organización física haya mayor será el agrado percibido, resultados que concuerdan con las observaciones hechas por İmamoglu (1970). Así mismo, se ha encontrado una relación positiva entre la organización física y el atractivo estético similar a la encontrada por Lowenthal y Riel (1972) en los paseos por la ciudades, siendo los dormitorios ordenados percibidos como más atractivos estéticamente. Respecto a la relación negativa encontrada entre agrado y activación, los resultados son también similares a los observados por Russell y Pratt (1980), encontrando estos autores una relación baja y negativa entre ambas dimensiones. En cuanto a la dimensión de activación, tal y como Samuelson y Lindauer (1976) indican, se ha observado un correlación negativa entre esta dimensión y la organización física, indicando que cuanto más activo es un espacio menos organizado físicamente se percibe.

Respecto a las diferentes puntuaciones otorgadas a los dormitorios de varones y mujeres, dependiendo del género del observador, se ha podido comprobar que el género de los propietarios actúa como una variable moderadora produciendo una interacción únicamente en las escalas de agrado y de atractivo estético. En ambos casos se ha podido observar que, al evaluar los dormitorios de varones, las observadoras mujeres dieron puntuaciones significativamente menores que las que otorgaron los observadores varones. Esto implica que, dependiendo del género del propietario del dormitorio, los observadores varones consideran siempre los dormitorios de varones como más agradables y más atractivos estéticamente. Sin embargo, este hecho no se da cuando se evalúan los dormitorios de mujeres, ya que ambos géneros de observadores consideran estos dormitorios como igual de agradables y atractivos estéticamente. Así mismo, al comparar las puntuaciones obtenidas por ambos géneros de propietarios se ha podido observar que, independientemente del género del observador, los dormitorios de mujeres son

percibidos como más agradables y más atractivos estéticamente que los dormitorios de varones.

En cuanto a los análisis realizados con las dimensiones de activación y organización física, se ha podido observar que no existe ninguna interacción entre el género de los observadores y el de los propietarios, es decir, que las puntuaciones otorgadas a los dormitorios en estas dos escalas son independientes del género del observador que las evalúe. A pesar de este resultado, en la dimensión de organización física, sí que se ha encontrado un efecto significativo de dicha dimensión, según se trate de un dormitorio de varón o de mujer. Al igual que en las dimensiones anteriores, al evaluar la organización física se ha podido observar que los dormitorios de mujeres han sido percibidos, por ambos géneros de observadores, como más organizados físicamente que los de los varones. Sin embargo, en la dimensión de activación no se ha encontrado ninguna diferencia en las puntuaciones otorgadas a ambos tipos de dormitorios.

Tal y como Russell y Snodgrass (1987) ponen de manifiesto, se puede considerar que se ha obtenido una definición operativa de las cualidades afectivas de cada uno de los dormitorios a través de las puntuaciones otorgadas por los grupos de observadores a las dimensiones de agrado y activación, permitiendo la elaboración de tipologías de dormitorios basadas en el modelo desarrollado por Russell y Pratt (1980). Esta clasificación ha mostrado que la muestra de dormitorios utilizados se distribuye principalmente en dormitorios angustiantes y excitantes, si bien también se han observado, aunque en un número bastante menor, dormitorios relajantes y aburridos. Así mismo los dormitorios angustiantes doblan en número a los excitantes, aunque estos últimos eran suficientemente numerosos como para poder llevar a cabo los análisis realizados. A pesar de la diferencia en el número de dormitorios en estos dos tipos, tanto los angustiantes como los excitantes poseen la característica común de tener altas puntuaciones en activación. Es posible que al tratarse de dormitorios de estudiantes el espacio personalizable es más limitado, en comparación con la vivienda en los adultos, por lo que el número de objetos y de señales que se disponen en ese espacio se encuentran más acumulados o amontonados, produciendo una sensación de mayor complejidad del ambiente, que Berlyne (1974) define como el conjunto de

elementos que componen el ambiente y la cantidad de información que proporcionan estos elementos.

Así mismo, también es necesario considerar en este punto, que estas diferencias puedan deberse al género de los propietarios. Tal y como se ha podido observar a través del análisis de Chi cuadrado, los dormitorios angustiosos se componen de un mayor número de dormitorios de varones, mientras que los dormitorios excitantes tienen un número más elevado de dormitorios de mujeres que de varones. En esta línea se pueden encontrar concordancias con la investigación realizada por Aragonés y Pérez-López (2009), en el sentido en el que las mujeres disponen de un repertorio más amplio, que los varones, del discurso relativo a los elementos que componen sus dormitorios, así como que son ellas las que dan más importancia a los objetos personales y afectivos, lo que puede llevar a pensar que en los dormitorios de mujeres se encuentra una mayor acumulación de objetos con componentes afectivos.

Ambos planteamientos, el de la mayor complejidad del ambiente y el del género de los propietarios, llevan a la explicación de porqué en esta muestra se ha obtenido un mayor número de dormitorios angustiosos y excitantes que de dormitorios aburridos y relajantes. Ambos tipos de dormitorios han obtenido altas puntuaciones en la dimensión de activación, que se compone de ítems como lleno o abarrotado, sin embargo, la diferencia se encuentra en la dimensión de agrado, siendo los dormitorios principalmente de mujeres los que se sitúan en el cuadrante positivo de dicha dimensión.

Por último, se ha estudiado también qué diferencias se encuentran entre estas dos tipologías de dormitorios en las dimensiones de atractivo estético y organización física. Los análisis llevados a cabo han permitido observar que los dormitorios categorizados como excitantes han sido percibidos con puntuaciones significativamente superiores en ambas dimensiones descriptivas, indicando que estos dormitorios han sido considerados como más atractivos estéticamente y más organizados físicamente que los dormitorios angustiantes.

Los estudios aquí presentados han permitido observar las características descriptivas y connotativas de los dormitorios de estudiantes, así como que el género, tanto de los observadores como de los propietarios, parece tener un papel determinante a la hora de atribuir una mayor o menor puntuación en algunas de las dimensiones. Los resultados obtenidos con los dormitorios angustiantes y excitantes, clasificados a partir del modelo de Russell y Pratt (1980), permiten indicar que los dormitorios excitantes son percibidos como más atractivos estéticamente y más organizados físicamente. Así mismo, estos resultados parecen invitar a realizar un nuevo estudio en el que se operacionalice qué objetos o señales están presentes en cada dormitorio y cómo se distribuyen según qué dormitorio, así como estudiar si los rasgos de la personalidad de los propietarios pueden tener alguna relación con la percepción de estas dimensiones descriptivas y connotativas del ambiente.

6. La vivienda y el self.

La vivienda como elemento físico y social ha sido estudiada, tradicionalmente, desde la Antropología (Rapoport, 1980) y por la Historia (Ariès y Duby, 2001). La Psicología Ambiental ha estudiado de manera sistemática los ambientes residenciales, describiendo, entre otros, sus principales unidades de análisis (entre las que se encuentra la vivienda) o los procesos psicosociales que se dan en este entorno (tales como la identidad, el apego, o la satisfacción, entre otros). En los últimos años, ha incorporado una línea de investigación interesada en estudiar cómo la identidad personal y social de un individuo es proyectada en la vivienda (Amérigo y Pérez-López, 2010), y cuáles son los indicadores que pueden permitir inferir esa identidad. Con este enfoque se da un salto cualitativo ya que la vivienda deja de ser considerada sólo refugio para ser contemplada, como un concepto multidimensional que la convierte en “hogar” (Aragonés, 2002). Más en concreto, se trata de conocer cuáles son las características físicas, sociales y simbólicas que la convierten en hogar, entre las que se encuentran la huella que el residente deja plasmando su identidad. Además como señala Hata (2004) esa expresión del self en la vivienda puede ser usada por un observador para realizar inferencias acerca del estatus socio-económico, el carácter del habitante y su personalidad, pudiendo llegar a considerarse la personalización como un lenguaje.

6.1. Inferencia de rasgos sociodemográficos.

Como ya se ha comentado, es fácil que surjan inferencias de características personales por parte de un observador que se encuentra en una vivienda por primera vez. En este apartado se pretende revisar lo que algunas investigaciones han observado en el ámbito de la vivienda sobre las inferencias de características sociodemográficas de los residentes.

En una investigación llevada a cabo por Wilson y Mackenzie (2000) se pretendía comprobar si era posible establecer qué tipo de información personal y social, de sus habitantes, se podría inferir mediante las fotografías de diferentes salones. Las autoras escogieron como estímulos 26 fotografías de salas de estar provenientes de revistas de decoración, pretendiendo representar una gran variedad de estilos interiores. Estas fotografías fueron mostradas a los observadores, los cuales mediante el *Multiple Sorting Procedure* clasificaron las fotografías en grupos, en función del tipo de persona, que ellos pensaban, que habitaba la vivienda. Los resultados obtenidos mostraron que los participantes juzgaron el tipo de persona que podría habitar un espacio, basándose en las claves que se encontraban en ese lugar. Más concretamente, estas autoras comprobaron que las respuestas de los participantes, en cuanto a los habitantes, eran consistentes en términos de edad, clase social y estado civil. Por lo que concluyeron que al parecer hay ciertos rasgos o características del propietario que se pueden inferir de la observación de los salones.

El principal problema que aparece en torno a esta investigación se refiere a los estímulos utilizados: las fotografías. Es decir, no es posible comprobar si las inferencias hechas por los participantes se corresponden con un perfil similar de los habitantes, ya que las fotografías provenían de revistas de decoración. En segundo lugar, y tal y como apuntan las autoras, está el hecho de que los espacios escogidos (salones) no suelen ser de uso exclusivo de un miembro de la familia, por lo que resulta prácticamente imposible diferenciar qué claves, dispuestas en el espacio, provienen de cada uno de los habitantes de la vivienda (Wilson y Mackenzie, 2000).

Para eliminar el problema relativo al estímulo utilizado, (Aragonés et al., 2010) decidieron utilizar fotografías que representaban dormitorios de jóvenes estudiantes que disponían del mismo de forma exclusiva. Estos autores decidieron estudiar si era posible que diferentes observadores realizasen inferencias similares en cuanto a los rasgos sociodemográficos de los propietarios. Para ello desarrollaron un cuestionario en el que se preguntaba por diferentes características sociodemográficas tales como: edad, género, estado civil y ocupación, del propietario de cada dormitorio. Los resultados obtenidos indicaron que los observadores atribuyeron correctamente las variables sociodemográficas así como la actividad actual del residente, en este caso

estudiante. En concreto las variables sociodemográficas inferidas con mayor exactitud fueron género y edad, seguidas de la inferencia de ser estudiante, y por último, el estado civil.

Continuando en este ámbito de inferencia de características sociodemográficas de los residentes, Pérez-López (2011) llevó a cabo otra investigación con la que pretendía analizar las variables sociodemográficas inferidas a partir de fotografías de dormitorios de jóvenes y de personas con más de 65 años que asistían a un centro de mayores. Además trató de observar si existían diferencias en las inferencias realizadas por observadores pertenecientes al endogrupo o al exogrupo. Es decir, si los jóvenes eran capaces de inferir con mayor exactitud las características de dormitorios de jóvenes que los observadores mayores, y viceversa. Esta investigadora seleccionó como estímulos las fotografías de los dormitorios unipersonales de jóvenes y mayores, y como instrumento un cuestionario autoadministrado en el que se debían completar una serie de variables sociodemográficas: género, edad, estado civil y ocupación.

Los resultados mostraron que los observadores eran capaces de inferir con bastante exactitud las variables sociodemográficas de género y edad, y con una precisión un poco menor el estado civil y la ocupación de los habitantes, datos que concuerdan con algunas investigaciones ya comentadas previamente (Aragonés et al., 2010; Wilson y Mackenzie, 2000). Además, Pérez-López (2011) observó que las inferencias más precisas realizadas por los observadores, tanto jóvenes como mayores, fueron las realizadas sobre los dormitorios de los jóvenes, pareciendo avalar la idea de Dittmar (1992) de que es durante la infancia y adolescencia cuando se despliegan mayores señales para desarrollar una identidad personal, mientras que en la adultez y la senectud esta necesidad de demostrar “quién se es” no es tan acuciante.

Las investigaciones mostradas en este apartado parecen indicar que por medio de la observación de determinados espacios (salones y dormitorios) pueden inferirse algunas de las características sociodemográficas del propietario. Concretamente los resultados expuestos indican que se ha encontrado una mayor precisión en las inferencias del género y la edad de los propietarios, mientras que para el estado civil y

la ocupación la precisión de las inferencias parece ser menor aunque siempre con resultados más que notorios.

6.2. Los rasgos de la personalidad.

De lo expuesto hasta este momento, se puede considerar que las personas realizan inferencias sobre desconocidos basándose en diferentes huellas que se observan en los espacios primarios en los que éstos últimos habitan. Estas huellas han demostrado ser buenos indicadores para las inferencias de ciertas variables sociodemográficas, pero además diferentes investigaciones (Aragonés et al., 2010; Gosling, Gaddis, & Vazire, 2008; Pérez-López, 2011; Sadalla et al., 1987; Smith & Gates, 1998) avalan la posibilidad de utilizar estas señales como indicadores de ciertos rasgos de la personalidad.

Uno de los primeros estudios en obtener evidencias de que a través de la observación de los hogares se podían inferir características de la personalidad fue el llevado a cabo por Sadalla et al. (1987). El objetivo inicial de estos autores era el de conocer en qué medida la identidad social de los habitantes podía ser comunicada a través de sus viviendas. No obstante, los resultados de esta investigación están más relacionados con la personalidad que con la identidad social propiamente dicha. Estos autores entrevistaron a doce residentes de clase media-alta para conocer cómo se percibían en términos de identidad social y personal, y completaron un cuestionario con una lista de 36 adjetivos presentados en una escala bipolar. Posteriormente los investigadores tomaron fotografías del interior y exterior de sus viviendas. Estas fotografías fueron los estímulos presentados a noventa y nueve observadores quienes, una vez que habían visionado las mismas, respondieron al mismo cuestionario.

Del análisis de los resultados obtuvieron cuatro factores: Intelectualidad, Apertura, Individualismo y Extraversión. De estas cuatro dimensiones los observadores del exterior de las viviendas realizaron inferencias más acertadas al evaluar la Intelectualidad y el Individualismo, frente a la Apertura y a la Extraversión. En cambio, los observadores del interior de las viviendas percibieron con mayor precisión la

Apertura, la Intelectualidad y el Individualismo, siendo poco precisos en la evaluación de la Extraversión. En resumen, estos autores concluyeron que tanto el exterior como el interior de la vivienda facilitaban información acerca del residente, pero que al observar el interior se podían obtener inferencias más precisas.

De manera similar Sukhwani y Aragonés (1991) trataron de comprobar si existía consenso entre los observadores a la hora de evaluar las claves ambientales de diferentes habitaciones. Estos autores tomaron fotografías de salones, cuartos de baño, dormitorios y cocinas de 4 viviendas, obteniendo un total de 16 fotografías. A continuación presentaron estas fotografías a los participantes y les solicitaron que completasen un cuestionario de 24 adjetivos presentados en una escala bipolar. Los análisis realizados por los investigadores proporcionaron 5 dimensiones en las que el consenso entre los observadores era mayor: Autodisciplina, Sociabilidad, Liberalismo, Actividad y Singularidad, sin embargo este consenso sólo se observó para el baño y la cocina. Los resultados obtenidos en esta investigación no parecen ser muy determinantes, sobre todo si se tiene en cuenta que el cuestionario de adjetivos utilizado fue construido partiendo de adjetivos autoatribuidos y no atribuidos a residentes a partir de la percepción de viviendas habitadas.

Siguiendo esta misma línea de investigación, Aragonés y Rodríguez (2005) establecen dos objetivos principales en su investigación; en primer lugar, pretendían desarrollar un instrumento que permitiera captar las “expresiones de la decoración” a partir de fotografías de viviendas, tratando de mejorar y solventar los problemas encontrados en la investigación anterior (Sukhwani y Aragonés, 1991). Además decidieron utilizar fotografías pertenecientes a habitantes reales de viviendas, evitando así una de las principales limitaciones de Wilson y Mackenzie (2000). En segundo lugar, Pretendieron observar si se generaban diferencias en el discurso entre varias habitaciones de una casa (salón, dormitorio, cocina y baño). Estos autores seleccionaron una muestra de 82 estudiantes para que indicasen los adjetivos que representaba a la persona que habitaba cada una de las habitaciones (salón, dormitorio, cocina y baño). Con todos los adjetivos nombrados se obtuvo una lista de 76 adjetivos, y llevaron a cabo dos análisis de correspondencias que mostraron que cada casa, y cada tipo de habitación, conformaban discursos diferenciados. La lista de

adjetivos que estos autores construyeron, proporcionará un punto de partida para posteriores investigaciones, en la que se afinará y se mejorará este instrumento.

Basándose en esta lista de adjetivos, Aragonés et al. (2010) desarrollaron una investigación en la que, por medio de esta lista, pretendían inferir las características de los habitantes de una serie de dormitorios. Como ya se ha comentado anteriormente, los estímulos utilizados fueron fotografías de dormitorios de jóvenes estudiantes. Una vez que los participantes habían visto estas fotografías debían contestar cuáles de los adjetivos presentes en la lista eran aplicables al propietario de cada uno de los dormitorios presentados. Con los adjetivos utilizados para todos los dormitorios, los autores establecieron una nueva lista compuesta por 45 adjetivos. Estos, fueron agrupados en función de si estaban asociados con los adjetivos correspondientes a los Cinco Grandes elaborados por Saucier y Goldberg (1996). De esta forma observaron que las habitaciones pertenecientes a mujeres obtenían adjetivos relativos a los rasgos de extraversión y amabilidad, mientras que los dormitorios de los hombres se asociaban a introversión y responsabilidad.

Así, las investigaciones llevadas a cabo por Aragonés et al. (2010) y Sadalla et al. (1987) indican que una de las posibles orientaciones para inferir características del habitante puede ser por medio del modelo de los Cinco Grandes. Este modelo, que fue tomando forma a través de las diferentes aproximaciones realizadas por diversos autores como Cattell, Fiske, Norman, Golberg, entre otros, permitió a Costa y McCrae (1984) proporcionar uno de los primeros test con el que medir las cinco dimensiones: Extraversión (Tendencia hacia la sociabilidad), Neuroticismo (Ajuste-desajuste emocional), Apertura a la experiencia (Búsqueda de nuevas vivencias), Amabilidad (Tendencia hacia el cuidado y apoyo a los otros) y Responsabilidad (Organización, orientación hacia metas).

Siguiendo este modelo, Smith y Gates (1998) llevaron a cabo una revisión del trabajo realizado por Sadalla et al. (1987). Estas autoras pretendían superar las deficiencias metodológicas producidas en la investigación precedente pero con el mismo objetivo; es decir, comprobar si la vivienda proporciona información diferencial acerca de la identidad de su habitante.

Los participantes recibían una fotografía (de interior o exterior, según en qué condición les hubiera sido asignada) y el test NEO-FFI (Costa y McCrae, 1989) para que lo completasen como si fuesen la persona que habitaba la vivienda de esa fotografía. Los resultados fueron significativos entre las puntuaciones de los participantes y las de los habitantes de las viviendas. Concretamente encontraron correlaciones positivas entre los factores de Neuroticismo, Apertura a la experiencia y Responsabilidad, y correlaciones negativas para el factor de Amabilidad. Únicamente el factor de Extraversión no mostró ningún tipo de correlación. Además, Smith y Gates (1998), comprobaron cuál de las dos fotografías (interior o exterior) era mejor predictora de la personalidad, encontrando que las fotografías de interiores mejoraban la predicción solamente para el factor de Apertura a la experiencia, por lo que concluyeron que la personalidad de los habitantes puede ser inferida de igual forma por los interiores o exteriores de la vivienda, al contrario de lo que predijeron Sadalla et al. (1987).

Otra de las investigaciones centrada en la inferencia de la personalidad a partir de la observación de los lugares, es la realizada por Gosling et al. (2002). La peculiaridad de este estudio es que, en vez de utilizar fotografías de los lugares, pidieron a los observadores que se desplazasen hasta los espacios reales. Estos espacios fueron concretamente dormitorios y oficinas. En primer lugar pidieron a los ocupantes que cumplimentasen el test *Big Five Inventory* (BFI; John y Srivastava, 1999), además, solicitaron a observadores independientes que realizaran un inventario de las señales y claves que se encontraban presentes en tales espacios y por último, pidieron a otro grupo de observadores que, una vez hubiesen estado presentes en las oficinas o dormitorios cumplimentasen también el cuestionario BFI, considerando cómo sería el ocupante de ese espacio.

Los resultados obtenidos en ambos estudios (dormitorios y oficinas) mostraron que el acuerdo observador-residente variaba en función del rasgo observado. Concretamente, obtuvieron correlaciones positivas para los factores Apertura a la experiencia, Responsabilidad y Extraversión, obteniendo los factores Amabilidad y Neuroticismo menores correlaciones. Además, evaluaron la precisión de las inferencias realizadas, obteniendo correlaciones moderadas entre las inferencias de los observadores y las descripciones de los propietarios.

Otro de los estudios basados en los Cinco Grandes es el realizado por Pérez-López (2011). En esta investigación se pretendía conocer las características de la personalidad inferidas a partir de fotografías de dormitorios de jóvenes estudiantes y de personas con más de 65 años que asistían a un centro de mayores. Como ya se ha comentado anteriormente, esta investigadora seleccionó como estímulos las fotografías de los dormitorios de jóvenes y mayores y como instrumento un cuestionario autoadministrado en el que debían de completar una lista de 30 adjetivos para evaluar la personalidad. La decisión de usar una lista de adjetivos en lugar de un test de personalidad como el BFI o el NEO-PI-R, tal y como se había realizado en investigaciones previas (Gosling et al., 2002; Smith y Gates, 1998), fue tomada con el objetivo de evitar las posibles “complicaciones” derivadas del uso de los test. Con “complicaciones” esta autora se refiere al hecho de la posible dificultad de los observadores de completar un cuestionario, redactado en primera persona, tratando de contestar acerca de otra persona, ya sea conocida o desconocida. Además, a la hora de realizar inferencias acerca de alguien parece más intuitivo y sencillo asignarle un adjetivo que una frase completa.

Al igual que Gosling et al. (2002), Pérez-López (2011) encontró que en referencia a los rasgos de personalidad destacaron en mayor medida Extraversión, Responsabilidad y Apertura a la experiencia. Por último, también se encontraron resultados que parecen indicar que la información observada sobre los residentes es diferente cuando el dormitorio observado pertenece a una mujer o a un hombre. Cuando el dormitorio pertenecía a una mujer se observaron valores superiores en los rasgos de Extraversión y Amabilidad, mientras que cuando pertenecía a un hombre se obtuvieron mayores puntuaciones en Responsabilidad y Apertura a la experiencia.

En resumen, y tal y como se ha podido ir observando en cada una de las diferentes investigaciones que se han ido detallando en este apartado, los espacios primarios tales como dormitorios, oficinas o incluso hogares, proporcionan información acerca de los rasgos de la personalidad de los habitantes. Sin embargo, los resultados obtenidos indican que determinados factores son más fácilmente inferidos que otros. Esta observación ya ha sido comentada previamente por Gosling et al (2002) y Pérez-López (2011), indicando que la desigual atribución de los factores,

puede llevar a pensar que determinados rasgos como Responsabilidad y Apertura a la experiencia son más fáciles de proyectar e identificar por los observadores.

Otra argumentación a tener en cuenta es que en las diferentes investigaciones presentadas no existe un alto consenso acerca de los factores inferidos. Así, tal y como puede observarse en la Tabla 6.1., parece ser que el factor que más veces resulta significativo en el conjunto de las investigaciones es Responsabilidad, seguido de Extraversión y de Apertura a la experiencia. Uno de los motivos por el cual podría ser explicada esta falta de consenso entre las investigaciones se refiere al tipo de instrumentos utilizados. Así, investigaciones como las de Aragonés et al. (2010), Pérez-López (2011), Sadalla et al. (1987) y Sukhwani y Aragonés (1991) utilizaron como instrumentos diferentes listas de adjetivos. Por su parte, Gosling et al. (2002) utilizaron como instrumento para inferir los rasgos de la personalidad el test BFI, mientras que Smith y Gates (1998) llevaron a cabo su investigación con el NEO-FFI.

Tabla 6.1.

Inferencia de los Cinco Grandes tras la observación de dormitorios en seis investigaciones diferentes.

Cinco Grandes	Sadalla et al. (1987)	Sukhwani y Aragonés (1991)	Aragonés et al. (2010)	Smith y Gates (1998)	Gosling et al. (2002)	Pérez- López (2011)
Neuroticismo				X		
Extraversión	X	X	X		X	X
Apertura a la experiencia	X			X	X	X
Amabilidad	X		X			
Responsabilidad	X	X	X	X	X	X

NOTA: Las nomenclaturas realizadas por Sadalla et al. (1987): Intelectualidad, Apertura e Individualismo, se han considerado equivalentes a Responsabilidad, Amabilidad y Apertura a la experiencia, respectivamente. Las nomenclaturas realizadas por Sukhwani y Aragonés (1991): Autodisciplina, Sociabilidad, se han considerado equivalentes a Responsabilidad y Extraversión, respectivamente.

Como se ha podido comprobar, existen varios de estudios que utilizan la perspectiva de los Cinco Grandes de la personalidad para inferir rasgos de los propietarios de viviendas. Una teoría que parece estar cobrando una mayor aceptación entre los estudiosos de la personalidad es la propuesta por Digman (1997). En ella se propone que los cinco factores de la personalidad podrían estar abarcados por dos

factores. Para comprobar esta teoría, Digman llevó a cabo una serie de análisis confirmatorios con 14 estudios diferentes, comprobando que efectivamente los Cinco Grandes podían subsumirse en dos: deseabilidad social y crecimiento personal. El primero de ellos comprendería los factores de Amabilidad, Responsabilidad y Estabilidad emocional (Neuroticismo invertido), mientras que el segundo abarcaría los factores de Extraversión y Apertura a la experiencia.

DeYoung, Peterson, y Higgins (2002) trataron de replicar el modelo propuesto por Digman (1997) relacionándolo con la conformidad (medida como deseabilidad social). Estos autores denominan las dos dimensiones como Estabilidad (Neuroticismo invertido, Amabilidad y Responsabilidad) y Plasticidad (Extraversión y Apertura a la experiencia), considerando que la Estabilidad puede ayudar a hacer más fácil el proceso de socialización, mientras que la plasticidad lleva al crecimiento personal (DeYoung et al., 2002; DeYoung, 2006). En este estudio, en primer lugar midieron los Cinco Grandes a través de la escala "*Trait Descriptive Adjectives*" (Goldberg, 1992) y el NEO PI-R (Costa y McCrae, 1992), comprobando que efectivamente se relacionan de la forma que Digman propuso. A continuación midieron la conformidad, a través de diferentes cuestionarios de deseabilidad social y encontraron que la estabilidad predice de forma positiva la conformidad, mientras que la plasticidad la predice de forma negativa.

Análoga a esta nueva configuración de la personalidad, en el área de la Psicología Social se encuentran los trabajos realizados por Asch (1946) y Rosenberg, Nelson, y Vivekananthan (1968) acerca de la percepción de personas. El primero de ellos se centró en conocer las impresiones que las personas se forman de los otros por medio de una lista de características supuestas. Estas características eran expresadas a través de una lista de adjetivos que reflejaban rasgos de las personas. Esta lista fue entregada a dos grupos de participantes que debían evaluar a la persona que se describía, diferenciándose sólo en uno de los adjetivos de dicha lista, siendo para una de las condiciones el adjetivo incluido "*cold*", mientras que para la otra era "*warm*". Además los participantes debían completar una lista de pares de adjetivos, indicando cuáles de ellos correspondían en mayor medida a la persona descrita. Los resultados mostraron que la inserción de estos dos adjetivos en las listas eran determinantes para

las impresiones que los participantes se formaban, encontrando que se atribuían características opuestas en función de si la lista contenía el adjetivo “warm” o “cold”.

En la investigación llevada a cabo por Rosenberg et al. (1968) se solicitaba a los participantes que describiesen a varias personas que ellos conocían, seleccionando los rasgos que considerasen necesarios de una lista de 64 rasgos proporcionada por los autores. Un análisis multidimensional mostró dos dimensiones ortogonales que representaban una estructura general de rasgos, la primera relacionada con actividades intelectuales y la segunda con actividades sociales. La primera de estas dimensiones recibió el nombre de “*Intellectual good/bad*” e incluía adjetivos como determinado, habilidoso, inteligente, mientras que la segunda dimensión fue nombrada como “*Social good/bad*” y comprendía adjetivos como cordial, honesto, sincero. En el campo de la percepción de grupos, Peeters (2002) presenta dos dimensiones alternativas que se corresponden con las denominadas por Rosenberg et al., distinguiendo entre: “*Self-profitability*” y “*Other-profitability*”. La primera se refiere a rasgos que reflejan las oportunidades de alcanzar los objetivos personales incluyendo adjetivos como competente, inteligente, eficaz, mientras que la segunda describe rasgos que afectan más a los otros que a la propia persona, comprendiendo adjetivos como generoso, confiable, amable, entre otros.

Similar a las dimensiones establecidas por Rosenberg et al. (1968), “*Social good/bad*” e “*Intellectual good/bad*”, son las establecidas por Fiske y colaboradores en su Modelo de Contenido de los Estereotipos (MCE). Este modelo es uno de los que mayor aceptación tiene en la actualidad y está formado por las dimensiones de Cordialidad y Competencia. El MCE describe cómo las variables de la estructura social afectan a las dimensiones del estereotipo y cómo el contenido de ese estereotipo produce diferentes emociones hacia diferentes grupos en diferentes culturas (Kervyn, Fiske, y Yzerbyt, 2013; Wojciszke, Abele, y Baryla, 2009). El argumento central a partir del cual se desarrolla el modelo es que cuando las personas conocen a otros, ya sean personas o grupos, quieren saber cuáles son sus intenciones y su capacidad. Es decir, cuáles son sus objetivos (Cordialidad) y cómo de eficaz o eficaces pueden llegar a ser en la consecución de los mismos (Competencia). A pesar de que este modelo está

principalmente orientado a la percepción de grupos, también es posible hacerlo extensible a la percepción de personas (Cuddy et al., 2008).

Wojciszke junto con otros autores (Abele y Wojciszke, 2007; Wojciszke, Abele, y Baryla, 2009), sin embargo, consideran que las dos dimensiones básicas para describir y juzgar personas y grupos son “*communion*” y “*agency*”. La primera de estas dimensiones se refiere a deseabilidad social, sesgo moral, consideración, expresividad, mientras que “*agency*” se refiere a deseabilidad intelectual, competencia, sesgo egoísta, instrumentalidad, dominancia. Estos autores consideran que, en líneas generales, desde una perspectiva social o evolucionista las personas están interesadas en una forma efectiva de conseguir sus objetivos y en una relación generosa con los otros. Por tanto, decidieron llevar a cabo una investigación en la que pretendían comprobar si estas dos dimensiones están relacionadas con características básicas de la cognición social y la interacción social: la distinción entre uno mismo y los otros.

Esta idea de que “*communion*” se encuentra relacionada con los intereses de otras personas y “*agency*” lo está con los intereses del yo (Wojciszke et al., 2009) ha sido estudiada en profundidad por Peeters (2002). Éste último mantiene que tanto Cordialidad como Competencia son funcionalmente distintas, afirmando que mientras que los rasgos de Cordialidad son más importantes para las personas que interactúan con el poseedor de ese rasgo, los rasgos de Competencia benefician principalmente al mismo. Similar a estas afirmaciones son las mantenidas por Hofstede (1980) en su descripción de diferencias culturales acerca de los valores del trabajo, quien obtuvo una dimensión bipolar cuyos opuestos denominó como Colectivismo/Individualismo, entendiendo el primero como orientado hacia la solidaridad, la comunidad o la familia, mientras que el segundo valora más la eficiencia y los logros individuales (Judd, James-Hawkins, Yzerbyt, y Kashima, 2005).

Tal y como se ha podido observar, los diferentes autores otorgan diferentes etiquetas a estas dos dimensiones. Así, para la dimensión de Cordialidad se han utilizado términos como: “*warmth/cold*” (Asch, 1946), “*Social good/bad*” (Rosenberg et al., 1968), “*Other-profitability*”. (Peeters, 2002), “*Communion*” (Abele y Wojciszke, 2007; Wojciszke et al., 2009) o Colectivismo (Hofstede, 1980), entre otros. Mientras

que para la dimensión de Competencia se han utilizado los términos “*Intellectual good/bad*” (Rosenberg et al., 1968), “*Self-profitability*” (Peeters, 2002), “*Agency*” (Abele y Wojciszke, 2007; Wojciszke et al., 2009) e Individualismo (Hofstede, 1980). Independientemente de que éstos términos hayan sido acuñados en investigaciones acerca de la percepción de personas (Abele y Wojciszke, 2007; Asch, 1946; Rosenberg et al., 1968; Wojciszke et al., 2009), percepción de grupos (Cuddy et al., 2008; Fiske, Cuddy, & Glick, 2007; Fiske et al., 2002; Fiske, Xu, Cuddy, & Glick, 1999; Judd et al., 2005; Kervyn et al., 2013), constructos de la personalidad (DeYoung et al., 2002; DeYoung, 2006; Digman, 1997) o descripciones de diferencias culturales (Hofstede, 1980), así como de la diferencia de términos utilizados, son varios los autores que coinciden en que la base de la descripción de estas dimensiones en las diferentes investigaciones es común (Cuddy et al., 2008; Judd et al., 2005).

A pesar de que estas dos dimensiones han sido objeto de estudio durante los últimos 70 años en la Psicología social, así como en otros ámbitos tales como la percepción de caras (Livingston y Pearce, 2009), percepción de marcas (Aaker, Garbinsky y Vohs, 2012), percepción de candidatos políticos (Kinder y Sears, 1985) o percepción de animales (Sevillano y Fiske, 2013), entre otros, parece que los investigadores han priorizado la demostración de la existencia universal y transcultural de estas dos dimensiones a la elaboración de una escala de medida (Aragonés, Poggio, Sevillano, Pérez-López, y Sánchez-Bernardos, 2015).

Sin embargo, recientemente se ha presentado una nueva investigación (Aragonés et al., 2015) cuyo único objetivo ha sido la creación y validación de una escala común en castellano que permita medir estas dos dimensiones en los niveles interpersonal, intergrupale individual. A través de dos estudios pusieron a prueba la escala construida en los tres niveles, observando una alta fiabilidad para cada una de las dimensiones, así como demostrando la validez de esta escala en cada uno de los niveles de estudio. La selección de adjetivos utilizados para la construcción de la escala se llevó a cabo después de una revisión exhaustiva de los términos utilizados, en castellano y en inglés, en las diferentes investigaciones relativas a la percepción interpersonal, intergrupale individual (Betancor, Rodríguez, y Delgado, 2010; Fiske et al., 2002; Wojciszke et al., 2009).

En cuanto a los ítems que componen las dimensiones, existe un amplio acuerdo entre investigadores acerca de los términos que son comprendidos en la dimensión de Competencia (Cuddy et al., 2008; Fiske et al., 2007). Sin embargo en la dimensión de Cordialidad algunos autores han incluido en esta dimensión términos relativos a la moralidad (Fiske et al., 2007, 2002), mientras que otros consideran que moralidad y cordialidad se deben subsumir en una dimensión llamada benevolencia (Leach, Ellemers, y Barreto, 2007). Parece innegable que estos conceptos se encuentran relacionados, no obstante, la dimensión de Cordialidad habla de cómo de amable, cordial, agradable es una persona hacia los otros, pero el significado que entraña la benevolencia, e incluso la moralidad, habla más de la bondad y la buena voluntad hacia los otros, términos más complejos de evaluar a simple vista. Es decir, parece más fácil hacer inferencias acerca de la amabilidad o cordialidad de una persona, pero resulta más complicado hacer inferencias de sus valores morales o de si es una “buena persona”.

Con el objetivo de estudiar qué relación existe entre estas dos dimensiones y las creencias ideológicas y actitudes hacia la desigualdad, Oldmeadow y Fiske (2007) llevaron a cabo una investigación, estructurada en dos estudios, en la que solicitaban a los participantes que evaluaran al propietario de una vivienda, en ambas dimensiones así como en el estatus percibido, a través de la fotografía de una vivienda. En una de las condiciones la fotografía mostraba una vivienda aparentemente cara y con piscina, mientras que en la otra condición experimental la vivienda que aparecía era más modesta, pequeña y barata. En el primer estudio los participantes debían responder además un cuestionario acerca de si creían que el mundo es un lugar justo y equitativo (Creencia del mundo justo), mientras que en el segundo estudio el cuestionario a completar evaluaba las actitudes hacia las desigualdades (Dominancia social). En ambos estudios los estímulos utilizados (fotografías), así como los ítems que medían las dimensiones de Cordialidad y Competencia, eran los mismos.

Los resultados mostraron que tanto las creencias ideológicas como las actitudes hacia la desigualdad moderaban la relación entre Competencia y estatus percibido, siendo esta relación más fuerte cuanto mayores eran las puntuaciones obtenidas por los participantes en ambos cuestionarios; tanto el de creencia en el mundo justo como

el de dominancia social. Es decir, aquellos participantes que creían que el mundo es un lugar justo y aquellos que tenían actitudes positivas hacia las desigualdades, eran más propensos a considerar al propietario de la vivienda cara como más competente que al propietario de la vivienda modesta.

Basándose en el MCE, Pérez-López et al. (2013) desarrollaron una investigación en la que pretendían comprobar si las inferencias realizadas por varios observadores sobre los habitantes de dormitorios se pueden organizar en base a las dos dimensiones propuestas en este modelo: Competencia y Cordialidad. Para ello se utilizaron fotografías de dormitorios de jóvenes y de mayores, y se diseñó un cuestionario en el que se preguntaban por las características sociodemográficas del propietario del dormitorio ,así como una escala compuesta de 4 adjetivos (Lima, 2008) que se correspondían con las dimensiones de Cordialidad (simpática, cariñosa) y Competencia (competente, independiente). Los participantes de este estudio eran todos estudiantes de la Universidad Complutense de Madrid, pero se utilizaron dos muestras diferentes, la primera de jóvenes y la segunda de personas con edades de en torno a 60 años que estudiaban en la universidad de mayores.

Los resultados obtenidos mostraron que los observadores fueron capaces de definir la personalidad de los propietarios en base a las mismas. Así, los propietarios jóvenes obtuvieron puntuaciones mayores en Competencia, mientras que los propietarios mayores obtuvieron mayores puntuaciones en Cordialidad. En cuanto al género, tanto los observadores jóvenes como los mayores percibieron a las mujeres con puntuaciones superiores en Cordialidad, mientras que otorgaron a los hombres puntuaciones superiores en Competencia. Las puntuaciones obtenidas en estas dos dimensiones no resultaron ser muy diferenciadoras, es decir, ambos grupos de edad obtuvieron puntuaciones medias en ambas escalas, sin embargo, sí que se ha podido observar cómo el porcentaje de acierto de la inferencias de los observadores varía, siendo los dormitorios de mujeres jóvenes los que permiten hacer inferencias más precisas, mientras que los dormitorios de varones mayores son los que producen inferencias menos acertadas.

Teniendo en cuenta tanto los aspectos de las inferencias como la potencia del MCE, parece que este modelo puede ofrecer una nueva vía de investigación acerca de los espacios personalizados, salvando el escollo encontrado por los investigadores con el Modelo de los Cinco Grandes, relativo a la alta especificidad de sus factores para poder consensuar las inferencias realizadas por los observadores (Pérez-López et al., 2013; Poggio, Aragonés, y Pérez-López, 2013).

A modo de síntesis, de este apartado se puede señalar que los hallazgos encontrados en las investigaciones propuestas llevan a asumir que los espacios primarios, como por ejemplo los dormitorios, son portadores de señales y huellas que el propietario ha ido dejando en el mismo. De igual forma, son estas señales o huellas las que permiten a un observador inferir determinadas características sociodemográficas (tal y como se ha visto en el apartado anterior) o rasgos de personalidad. En referencia a estos últimos se ha visto cómo dos modelos - Cinco Grandes y MCE - han sido utilizados para observar las inferencias que las personas hacen al observar un lugar personalizado, en ambos casos los resultados no son concluyentes y se pone de manifiesto la necesidad de nuevos desarrollos metodológicos.

Así, se propone la siguiente investigación en la que se estudiarán si las dimensiones de Cordialidad y Competencia pueden ser inferidas a través de la observación de fotografías de dormitorios, además de examinar si existe alguna relación entre estas dos dimensiones y los atributos denotativos y connotativos de los dormitorios estudiados en el capítulo 5.

7. Inferencias sobre los propietarios a partir de los dormitorios.

En los últimos 10 años los investigadores han identificado Cordialidad y Competencia como las dimensiones fundamentales y universales de la percepción social (Abele y Wojciszke, 2007; Cuddy et al., 2008; Fiske et al., 2007; Judd et al., 2005; Kervyn et al., 2013). Además, se ha podido comprobar la utilidad de este modelo para inferir las características de propietarios a través de fotografías de sus espacios primarios, tales como la vivienda o el dormitorio (Oldmeadow y Fiske, 2007; Pérez-López et al., 2013). Sin embargo, en el primer caso la investigación estaba más centrada en hallar qué efecto tienen las creencias ideológicas sobre la relación entre el estatus percibido y las dimensiones del MCE, que en demostrar la potencia de los espacios primarios como comunicadores de las características de personalidad del propietario. En el segundo de estos estudios, los objetivos eran muy similares a los que se presentan en esta investigación, no obstante los autores reconocen la necesidad de utilizar una escala más fiable y con mayor número de ítems (Pérez-López et al., 2013), hecho que en esta investigación se solventa por la utilización de una escala validada para medir ambas dimensiones en el nivel interpersonal (Aragonés et al., 2015).

En referencia al capítulo 5, se ha estudiado qué características descriptivas y connotativas permiten hacer una descripción de los dormitorios. Concretamente se ha observado que las características descriptivas se componen de dos dimensiones: atractivo estético y organización física; y que las características connotativas se componen de las dimensiones de agrado y activación. Estas 2 últimas dimensiones, así mismo, han permitido realizar una categorización de dormitorios basadas en el modelo de las cualidades afectivas del ambiente (Russell y Pratt, 1980). Así, en ese capítulo, se ha podido observar cómo a partir de las fotografías los participantes han establecido una especificación de las características descriptivas y connotativas que poseen dichos dormitorios, mientras que en el capítulo presente se pretende que los participantes realicen inferencias de los rasgos de los propietarios a partir de la observación de las

mismas fotografías. Aunque estos dos estudios bien pueden ser independientes, en este caso parece imprescindible evaluar qué relación existe entre los atributos del espacio y los rasgos de personalidad que se les atribuyen a los propietarios, puesto que estos últimos se infieren en base a las características que poseen los dormitorios.

Así pues, el objetivo principal de este estudio es conocer qué características de los propietarios de dormitorios, pertenecientes al MCE, son inferidas por medio de la observación de los mismos. A continuación, se estudiará si existe algún tipo de relación entre éstas características y el género de los participantes. Así mismo, se pretende observar si las características del MCE inferidas por los observadores permiten generar una clasificación de dormitorios y, en tal caso, estudiar cómo es esta clasificación y qué elementos diferenciadores posee.

Finalmente, se pretende estudiar a continuación si existe alguna diferenciación en la clasificación de dormitorios basada en las características del MCE, y los atributos que describen el ambiente. Por último, y retomando también parte de los resultados obtenidos en el capítulo 5, se quiere observar cómo se distribuyen las dimensiones de Cordialidad y Competencia en las tipologías de dormitorios angustiantes y excitantes, basadas en el Modelo de las cualidades afectivas del ambiente desarrollado por Russell y Pratt (1980).

7.1. Método:

Participantes:

Este estudio se llevó a cabo con una muestra de 115 estudiantes de la Facultad de Psicología de la Universidad Complutense de Madrid, con una edad media de 21,76 ($DT = 3,73$), de los cuales el 53% eran mujeres. Los participantes fueron asignados aleatoriamente a 4 grupos con distribuciones de género y edad similar (ver Tabla 7.1.).

Tabla 7.1.
Distribución de los participantes en cada grupo

	Grupo 1	Grupo 2	Grupo 3	Grupo 4
N	30	29	28	28
Edad media (D.T.)	22,27 (4,7)	21,83 (4,7)	21,36 (2,7)	21,54 (2,1)
% Mujeres	53,3	51,7	53,6	53,6

Instrumento y procedimiento:

Los estímulos utilizados en este estudio fueron los 55 dormitorios de estudiantes universitarios utilizados en el estudio anterior. Estos dormitorios se mostraban de la misma forma y en una aplicación informática similar a la relatada previamente (Anexo C), manteniendo los cuatro grupos⁵, creados de forma aleatoria, con distribuciones similares en cuanto al género de los propietarios.

En este caso, se solicitaba a los participantes que evaluaran al propietario conforme a una serie de adjetivos relativos al MCE de Fiske et al. (2002). Para la evaluación de cada dormitorio se mostraba, en primer lugar, cada una de las fotografías de forma individual y durante 5 segundos y a continuación el conjunto de las tres fotografías y las preguntas con las que debían de evaluar al propietario del dormitorio.

La escala utilizada ha sido creada y validada por Aragonés et al. (2015), en ella las preguntas que se formulaban eran presentadas en una escala de 1 a 5 donde 1 era “En absoluto” y 5 “Extremadamente”, y contenía los ítems amigable, cordial, agradable y amable para la dimensión de Cordialidad y eficaz, habilidoso, competente e inteligente para la dimensión de Competencia.

7.2. Resultados:

Se comenzó realizando un análisis factorial de ejes principales con rotación varimax para la escala utilizada con las 1582 escalas (resultantes de todas las evaluaciones de cada uno de los participantes en cada uno de los grupos de dormitorios). Este análisis mostró que la escala se compone de dos factores, que explican un 84,72% de la varianza total ($KMO = 0,788$; $\chi^2 = 1460,43$, $p < 0,001$). En la matriz de componentes rotados (Tabla 7.2.) se puede observar cómo cada una de las variables se distribuye en los dos factores.

⁵ Ver nota 2.

Tabla 7.2.
Matriz de configuración de los factores rotados (varimax)⁶

	<u>Cordialidad</u>	<u>Competencia</u>
Agradable	0,975	
Amable	0,944	
Amigable	0,902	
Cordial	0,880	
Competente		0,965
Eficaz		0,885
Inteligente		0,828
Habilidoso/a		0,689

En primer lugar las variables correspondientes a agradable, amable, amigable y cordial han obtenido cargas factoriales entre 0,880 y 0,975, conformando el factor Cordialidad. En segundo lugar las variables correspondientes a competente, eficaz, inteligente y habilidoso/a obtuvieron cargas factoriales entre 0,689 y 0,965, dando lugar al factor denominado Competencia. Por último se realizó un análisis de fiabilidad con las puntuaciones directas de las respuestas a los cuatro ítems de cada factor, obteniendo un valor $\alpha = 0,952$ para el factor Cordialidad y un valor $\alpha = 0,902$ para el factor Competencia.

Diferencias en función del género de los propietarios:

A continuación se deseaba comprobar si la observación de dormitorios de mujeres daba lugar a inferencias de su propietaria diferentes a si el dormitorio pertenecía a un varón, pero habida cuenta que en el anterior estudio se pudo observar una moderación de estas diferencias causadas por la interacción del género del observador, se decidió llevar a cabo 2 ANOVA de 2 (género del observador: varón vs. mujer) x 2 (puntuación otorgada en Cordialidad o Competencia a dormitorios de varones vs. dormitorios de mujeres). En ambos análisis se pudo comprobar que el

⁶ Se han eliminado todas las cargas factoriales con valores inferiores a 0,55 ya que, según Hair et al. (1999) para poder obtener un nivel de potencia del 80% para el análisis factorial, con el número de participantes en esta muestra ($N = 115$) los valores de las cargas factoriales sólo se considerarán significativos a partir de 0,55.

efecto de la interacción no era significativo (Cordialidad: $M_V = 3,11$, $M_M = 3,53$, $F_{(1,113)} = 1,88$, $p = 0,172$, $\eta^2_p = 0,02$; Competencia: $M_V = 3,22$, $M_M = 3,12$, $F_{(1,113)} = 3,78$, $p = 0,055$, $\eta^2_p = 0,03$), por lo que se realizó un análisis de diferencia de medias para muestras independientes en función del género de los propietarios de los dormitorios (Tabla 7.3.). Este análisis muestra que al comparar las medias de los varones y las mujeres en las dimensiones de Cordialidad y Competencia, las mujeres son evaluadas con puntuaciones mayores, y diferentes significativamente, en la dimensión de Cordialidad respecto de los varones ($M_M = 3,53$ y $M_V = 3,11$, $t(53) = -6,95$, $p < 0,001$), sin embargo, no se han encontrado diferencias significativas entre los dos colectivos en la dimensión de Competencia ($M_M = 3,11$ y $M_V = 3,21$, $t(53) = 0,98$, $p = 0,333$). Así mismo, la prueba t para muestras relacionadas (Tabla 7.3.) indica diferencias significativas para las mujeres en Cordialidad y Competencia ($M_{\text{cord}} = 3,53$ y $M_{\text{comp}} = 3,11$, $t(29) = -5,67$, $p < 0,001$) $t(29)$, sin embargo para los varones no se han encontrado diferencias significativas entre las dos dimensiones ($M_{\text{cord}} = 3,11$ y $M_{\text{comp}} = 3,21$, $t(24) = 1,24$, $p = 0,226$).

Tabla 7.3.

Diferencia de medias en las dimensiones del MCE en función del género del propietario (N=115)

	Cordialidad		Competencia
Varones	3,11a	=	3,21a
Mujeres	3,53b	>***	3,11a

En cada columna, las medias que no comparten subíndice son significativamente diferentes ($p < 0,001$).

Categorización de los dormitorios en función de las dimensiones del MCE:

Con el propósito de agrupar los dormitorios en función de las puntuaciones atribuidas en las dimensiones de Cordialidad y Competencia, se han realizado dos tipos de análisis de cluster para el conjunto de dormitorios. El procedimiento que se ha seguido es el sugerido por Hair et al. (1999). En primer lugar se llevó a cabo un análisis jerárquico de cluster, utilizando el método de Ward, para determinar el número de clusters. Para decidir el número de clusters que mejor explica los datos, se examinó en el historial de conglomeración la tasa de variación del coeficiente de conglomeración

(Hair et al., 1999), observándose que el último cambio ocurre entre los clusters 1 y 2, por lo que se decidió adoptar una solución de dos clusters.

A continuación se realizó un análisis de conglomerados de K-medias para determinar de qué dormitorios se componen los dos clusters. Este modelo muestra dos conglomerados en los cuales se encuentran tanto dormitorios de varones como de mujeres. El primero de estos conglomerados se compone de 37 dormitorios, y el segundo conglomerado de 18 dormitorios. Los centros de estos dos conglomerados finales pueden observarse en la tabla 7.4.

Tabla 7.4.

Centros finales de los conglomerados

Conglomerado	Cordialidad	Competencia
1 (n = 37)	3,34	2,97
2 (n = 18)	3,33	3,55

A continuación se realizó un análisis de diferencia de medias para muestras relacionadas para comparar las puntuaciones de cada uno de los conglomerados en esas dos dimensiones. Tal y como se puede observar en la Tabla 7.5. el conglomerado 1 obtuvo puntuaciones mayores, y diferentes significativamente, en Cordialidad ($M = 3,34$) frente a Competencia ($M = 2,97$), $t(36) = -6,1$, $p < 0,001$, al contrario que el conglomerado 2 que obtuvo puntuaciones mayores, y diferentes significativamente, en la dimensión de Competencia ($M = 3,55$) frente a la dimensión de Cordialidad ($M = 3,33$), $t(17) = 2,220$, $p = 0,04$. Así mismo, se realizó un análisis de diferencia de medias para muestras independientes, entre estos dos conglomerados, para las dimensiones de Cordialidad y Competencia (Tabla 7.5.), observándose diferencias significativas en la dimensión de Competencia ($M_{C1} = 2,97$, $M_{C2} = 3,55$; $t(26,13) = 8,86$, $p < 0,001$) pero ninguna diferencia en la dimensión de Cordialidad ($M_{C1} = 3,34$, $M_{C2} = 3,33$; $t(36,02) = -0,112$, $p = 0,911$). Así, a partir de ahora estos dos conglomerados serán nombrados como “propietarios más competentes” (para los propietarios de dormitorios agrupados en el conglomerado 2) y “propietarios menos competentes” (para los propietarios de dormitorios agrupados en el conglomerado 1), puesto que es la dimensión de Competencia la que permite diferenciar significativamente entre estos dos conglomerados.

Tabla 7.5.
Diferencia de medias por conglomerado en Cordialidad y Competencia (N = 55)

	Cordialidad		Competencia
Propietarios menos competentes	3,34a	>***	2,97a
Propietarios más competentes	3,33a	<*	3,55b

En cada columna, las medias que no comparten subíndice son significativamente diferentes ($p < 0.001$).

Relación entre las dimensiones del MCE y los atributos descriptivos y connotativos de los dormitorios:

A continuación, se procedió a estudiar las diferencias de los conglomerados de dormitorios conforme a los atributos de agrado, activación, atractivo estético y organización física (obtenidos en el estudio anterior). Así, se llevaron a cabo varios análisis de diferencias de medias para muestras independientes entre los dos conglomerados (Tabla 7.6.). Se han encontrado diferencias significativas en las variables agrado ($M_{C1} = 2,78$, $M_{C2} = 3,26$; $t(27,93) = 2,764$, $p = 0,010$), atractivo estético ($M_{C1} = 2,66$, $M_{C2} = 3,10$; $t(53) = 2,564$, $p = 0,013$) y organización física ($M_{C1} = 3,13$, $M_{C2} = 3,62$; $t(34,67) = 2,266$, $p = 0,030$), sin embargo, no se han observado diferencias significativas para activación ($M_{C1} = 3,45$, $M_{C2} = 3,42$; $t(38,42) = -0,193$, $p = 0,848$).

Tabla 7.6.
Diferencias de medias en los atributos por conglomerados

	Propietarios menos competentes (n = 37)		Propietarios más competentes (n = 18)
	Media (DT)		Media (DT)
Agrado	2,78 (0,51)	<***	3,26 (0,64)
Activación	3,45 (0,63)	=	3,42 (0,55)
Atractivo Estético	2,66 (0,49)	<*	3,10 (0,76)
Organización Física	3,13 (0,77)	<*	3,62 (0,75)

Relación entre dormitorios angustiantes y excitantes (Russell y Pratt, 1980) y las dimensiones del MCE:

Por último se decidió tomar la tipología de dormitorios angustiantes y excitantes, obtenida en el estudio anterior, para comprobar si estos dos tipos de dormitorios se diferencian en la dimensiones de Cordialidad y Competencia. Con este propósito se realizó un análisis de diferencia de medias para muestras independientes, entre estos dos tipos de dormitorios, para las dimensiones de Cordialidad y Competencia (Tabla 7.7.), observándose diferencias significativas en la dimensión de Cordialidad ($M_{ANG} = 3,24$, $M_{EXC} = 3,53$; $t(25,95) = -2,90$, $p = 0,008$), así como en Competencia ($M_{ANG} = 3,06$, $M_{EXC} = 3,30$; $t(26,76) = -2,14$, $p = 0,042$).

Tabla 7.7.
Diferencia de medias por tipo de dormitorio en Cordialidad y Competencia (N = 42)

	Cordialidad		Competencia
Dorm. Angustiantes	3,24a	=	3,06a
Dorm. Excitantes	3,53b	=	3,30b

Así mismo, se realizó un análisis de diferencia de medias para muestras relacionadas para comparar las puntuaciones de cada uno de los tipos de dormitorios en esas dos dimensiones. Tal y como se puede observar en la Tabla 7.7. ninguno de los dos tipos de dormitorios mostró diferencias significativas entre las puntuaciones de Cordialidad y Competencia, indicando que tanto los dormitorios angustiantes ($M_{cord} = 3,24$, $M_{comp} = 3,06$; $t(27) = -1,75$, $p = 0,091$) como los excitantes ($M_{cord} = 3,53$, $M_{comp} = 3,30$; $t(13) = -1,68$, $p = 0,117$) obtienen puntuaciones similares en ambas dimensiones.

7.3. Discusión:

En este estudio se ha pretendido comprobar qué características o rasgos de la personalidad de los propietarios de los dormitorios pueden ser inferidas a través de su

observación, así como el establecimiento de una categorización de los dormitorios en base a las puntuaciones obtenidas en Cordialidad y Competencia. Además, se ha estudiado qué tipo de relación hay entre éstas dimensiones y las características descriptivas y connotativas atribuidas a los mismos dormitorios. Por último se ha observado cómo las dimensiones de Cordialidad y Competencia se distribuyen en los dormitorios angustiantes y excitantes.

En primer lugar, se realizó un análisis factorial de la escala utilizada en este estudio, para comprobar que efectivamente se compone de dos dimensiones: Cordialidad y Competencia, que a su vez están formadas 4 ítems cada una. Los análisis de fiabilidad para estas dos dimensiones han mostrado a su vez que ambas dimensiones poseen una consistencia interna excelente entre los elementos de cada dimensión (Pardo y Ruiz, 2002).

A continuación se pasó a analizar las diferencias existentes en estas dos dimensiones en las puntuaciones otorgadas a propietarios varones y mujeres. Previo a este análisis se comprobó que el género de los observadores no interaccionase con dichas puntuaciones, tal y como había ocurrido en el capítulo 5. Así, los resultados obtenidos para cada uno de los géneros, independientemente del género del observador, mostraron que los varones son percibidos como iguales en Cordialidad y Competencia, mientras que las mujeres fueron percibidas como más cordiales que competentes. En cuanto a las diferencias entre los géneros, los resultados mostraron que los propietarios varones y mujeres sólo son percibidos de manera diferente en la dimensión de Cordialidad, siendo las mujeres las que han obtenido puntuaciones mayores y significativas. Estos resultados atienden al estereotipo de género (Fiske et al., 2007; Judd et al., 2005; Wojciszke et al., 2009), considerándose que para las mujeres el rol del género enfatiza Cordialidad sobre Competencia (Abele y Wojciszke, 2007; Abele, 2003; Aragonés et al., 2015). Así mismo los resultados obtenidos son similares a los encontrados por Pérez-López et al. (2013), quienes observaron que las propietarias mujeres, tanto de la muestra de jóvenes como de la de mayores, obtenían puntuaciones superiores en Cordialidad que los propietarios varones. Sin embargo, estos autores también encontraron que a los propietarios varones se les otorgaba una puntuación superior en Competencia respecto a las mujeres, resultados que en esta

investigación no se han confirmado. La variabilidad de puntuaciones obtenida en estas dimensiones, sigue la línea observada por Fiske et al. (2002), encontrando una mayor dispersión de las respuestas en la dimensión de Competencia, frente a una mayor concentración en las puntuaciones en Cordialidad.

A continuación se realizó un análisis de cluster para poder observar cómo se agrupan y distribuyen los dormitorios estudiados en las dos dimensiones del MCE. Este análisis ha mostrado que los dormitorios se agrupan en dos conglomerados principales, compuestos ambos de dormitorios de mujeres y varones sin diferenciación en el género. Los análisis de diferencia de medias llevados a cabo para estos dos conglomerados mostraron que el conglomerado 1 se compone de dormitorios que pertenecen a propietarios que son observados como más cordiales que competentes, mientras que el conglomerado 2 se compone de dormitorios de propietarios que son considerados como más competentes que cordiales.

Sin embargo, si se comparan las puntuaciones obtenidas por ambos conglomerados en la dimensión de Cordialidad, los resultados muestran que no existen diferencias, al contrario que en la dimensión de Competencia donde el conglomerado 2 ha obtenido puntuaciones superiores y significativas respecto al conglomerado 1. Estos resultados son similares a los que Fiske et al. (2002) encontraron en sus análisis de cluster, observando que la mayor variabilidad en Competencia, redundaba en una menor diferenciación en la dimensión de Cordialidad. Así mismo, es posible que la mayor diferenciación en la Competencia pueda deberse a que los observadores hayan atribuido sus inferencias acerca del estatus del propietario a la Competencia, habida cuenta que el estatus es un predictor de la Competencia (Oldmeadow y Fiske, 2007; Russell y Fiske, 2008). De ser así, esto lleva a la necesidad de realizar una nueva investigación en la que se pregunte a los observadores por el estatus que consideran que poseen los propietarios, así como acerca de su propio estatus, para así poder controlar la influencia de esta variable en la Competencia.

La diferenciación de estos dos conglomerados en Competencia, y no en Cordialidad, ha determinado la nomenclatura de estos dos grupos, considerando al conglomerado 1 como “propietarios menos competentes” y al conglomerado 2 como

“propietarios más competentes”. Así mismo, se ha podido observar que las puntuaciones otorgadas a los propietarios, tanto varones como mujeres, se distribuyen todas en los cuadrantes positivos tanto de Cordialidad como de Competencia, lo que conlleva una menor variabilidad de puntuaciones, tal y como se ha puesto de manifiesto anteriormente, que inevitablemente conduce a menores diferencias entre los grupos. Este hecho puede ser explicado en parte debido a que los observadores consideren a los propietarios como miembros de su mismo grupo, es decir, de su endogrupo. Son varias las investigaciones que avalan que el favoritismo hacia el endogrupo puede llevar a que éste sea evaluado positivamente tanto en Cordialidad como en Competencia (Cuddy et al., 2008; Fiske et al., 2007, 2002; Judd et al., 2005). Otro factor que puede estar influyendo en estos resultados es el efecto halo, considerando que las personas que son evaluadas positivamente en una dimensión lo han de ser también en la otra (Fiske et al., 2007; Judd et al., 2005; Rosenberg et al., 1968).

Habida cuenta de los resultados obtenidos en el capítulo 5, acerca de los atributos descriptivos y connotativos que permiten hacer una descripción de los dormitorios, a continuación se realizó un análisis de diferencia de medias para comprobar cómo se distribuyen estos atributos en los dormitorios de “propietarios más competentes” y de “propietarios menos competentes”, obtenidos a través del análisis de cluster. Este análisis es relevante puesto que la forma en la que un espacio es categorizado inicialmente, ayuda al observador en el proceso de obtener información sobre el lugar y sobre qué tipos de personas pueden encontrarse en ese espacio (Ward y Russell, 1981). Los resultados mostraron que los dormitorios de “propietarios más competentes” eran considerados como más agradables, más atractivos estéticamente y más organizados físicamente, respecto de los dormitorios de “propietarios menos competentes”.

Por último, y retomando también datos obtenidos del capítulo 5, en esta investigación se ha querido estudiar qué inferencias, sobre las dimensiones del MCE, se han hecho acerca de la tipología de dormitorios angustiantes y excitantes establecida en base al modelo de las cualidades afectivas del ambiente (Russell y Pratt, 1980). El análisis de la diferencia de medias entre dormitorios angustiantes y

excitantes en la dimensiones de Cordialidad y Competencia han permitido observar que los propietarios de dormitorios excitantes son considerados como más cordiales y más competentes que los propietarios de los dormitorios angustiantes. Sin embargo, los análisis de muestras relacionadas han mostrado que no existen diferencias significativas entre Cordialidad y Competencia ni en los dormitorios excitantes ni en los angustiantes. Es decir, que se considera que los propietarios de dormitorios excitantes poseen una cordialidad y una competencia similar, al igual que lo ocurrido con los propietarios de dormitorios angustiantes, quienes también son percibidos como igual de cordiales que competentes.

La investigación aquí presentada ha permitido observar que tanto la Cordialidad como la Competencia de un propietario pueden ser inferidas a partir de la observación de su dormitorio. Así mismo, se ha podido comprobar cómo las mujeres son consideradas más cordiales que los varones, al contrario que en la dimensión de Competencia, donde no se han observado diferencias entre varones y mujeres. La categorización llevada a cabo en el análisis de cluster de estos dormitorios ha establecido dos grupos diferenciados por la mayor o menor Competencia percibida, encontrándose también que el grupo de dormitorios de “propietarios más competentes” está formado por dormitorios considerados como más atractivos estéticamente, más agradables y más organizados físicamente que los dormitorios de “propietarios menos competentes”. Por último se ha podido observar cómo los dormitorios categorizados como angustiantes y excitantes, en el capítulo 5, se diferencian significativamente en ambas dimensiones, siendo los dormitorios excitantes lo que han obtenido puntuaciones superiores y significativas tanto en Cordialidad como en Competencia, respecto de los dormitorios angustiantes.

Estos resultados invitan a estudiar a continuación qué claves, u objetos, están presentes en los dormitorios, utilizados como estímulos, y si estos objetos facilitan o permiten a los observadores inferir las características o rasgos de los propietarios, a partir de las dimensiones de Cordialidad y Competencia del MCE.

8. La importancia de los objetos como posesiones preciadas para su propietario.

Hasta el momento, se han definido las características de los dormitorios y las características de los propietarios. Un área íntimamente relacionada con estos dos constructos es el de los objetos que contiene su interior. Si se atiende a la hipótesis de molar/molecular propuesta anteriormente, el dormitorio sería el espacio molar y los objetos que se encuentran en el mismo, serán los componentes de dicho espacio. En cuanto a los propietarios, este capítulo se centra en explicar la compleja relación que existe entre los objetos y sus dueños, exponiendo también la importancia de esta relación en la construcción de la biografía de los propietarios (Ahuvia, 2005; Hoskins, 1998; Solomon, 2008).

La importancia de los objetos en la vida de las personas ha sido objeto de interés para múltiples disciplinas, tales como la Antropología, la Psicología, el Marketing, la Fotografía, entre otros. Dentro del ámbito de la fotografía, existen numerosos estudios de los espacios personales, tal y como ya se ha comentado en la introducción, pero en este caso el trabajo llevado a cabo por Salinger y Wolff (1995) hace especial hincapié en la importancia de los objetos. Estos autores realizaron un estudio fotográfico durante dos años de los dormitorios de 43 adolescentes. En él se incluyen, además de las fotografías, fragmentos de sus entrevistas en las que los participantes relatan sus historias, poniendo un especial énfasis en los objetos que componen sus dormitorios. Salinger y Wolff mantienen que el dormitorio es una proyección de la identidad del adolescente, incluso aunque ésta sea inestable, ya que en estas edades las personas se encuentran reinventándose a sí mismos en todo momento. Así mismo considera que, incluso los objetos más pequeños, hablan acerca de las esperanzas, los miedos y los sueños de cada adolescente. Los objetos en las vidas de las personas son más que meras posesiones materiales (Norman, 2004), éstos proporcionan al propietario el sentido de “quién soy”, “de dónde vengo” y “hacia dónde voy” (Belk, 1992). Un objeto favorito es un símbolo, un recuerdo de momentos pasados, e incluso a veces una expresión del self del propietario, pero por encima de

todo esto, éstos objetos siempre tienen una historia, algo que une al propietario con éste objeto en particular (Norman, 2004).

Observando ésta relación desde un punto de vista antropológico, Janet Hoskins (1998), en su libro *"How things tell the stories of people's lives"*, relata las historias de 6 individuos de la tribu Kodi del este de Indonesia. En esta cultura la biografía de las personas surge a través de un lenguaje metafórico de los objetos (Hendrickson, 1999), por lo que las historias de vida de los entrevistados se ven siempre sustentadas por los mismos. Los Kodi utilizan sus objetos para reflejar momentos clave de su vida, pero más que meros elementos narrativos éstos pueden ser vistos como un sustituto o sucedáneo de su yo (Hendrickson, 1999; Hoskins, 1998). La importancia de esta relación también se hace patente al observar los entierros de otras culturas, en la que se enterraba al muerto con sus posesiones (Belk, 1988; Solomon, 2008). Bordewich observó que en la india, hace algo más de 100 años, se esperaba que la mujer fuese enterrada con su marido, considerándola como una "propiedad" del difunto marido (Citado en Belk, 1988).

Si las personas históricamente también han sido consideradas como una propiedad o un objeto que se posee (Montañez, 2005), la pregunta que corresponde hacerse ahora es; ¿Qué es lo que hace que los individuos desarrollen sentimientos de posesión sobre objetos y personas por igual? James (1989) aduce que el "Yo empírico" de las personas es todo aquello que puede ser llamado como mío:

El yo de un individuo es la suma total de todo lo que PUEDE llamar suyo, no sólo su cuerpo y sus facultades psíquicas sino su ropa y casa, su esposa e hijos, sus antepasados y amigos, su reputación y obras... Todas estas cosas le producen las mismas emociones. Si crecen y prosperan se siente triunfante; si menguan y se acaban, se siente empobrecido (p. 233).

Para poder entender qué es lo que compone el Yo, James (1989) lo divide en tres componentes diferentes, el Yo material, el Yo social y el Yo espiritual. Dentro del Yo material, James considera que el cuerpo y sus órganos son la parte más interna del yo, seguido por la vestimenta y la familia, y por último la vivienda y las propiedades. Cuando se pierde alguna de estas "posesiones" la persona experimenta una sensación

de encogimiento de su personalidad, como por ejemplo cuando un miembro de la familia muere, el luto que se le guarda puede ser también interpretado como una pérdida del yo (Belk, 1988).

El Yo social de una persona se compone de tantos yoes como individuos le reconozcan y hayan creado una imagen del mismo. Cuando en un cierto entorno el Yo social de una persona se ve disminuido o deteriorado es como si se deteriorase a la persona en sí misma. Por último el Yo espiritual se compone de las facultades o disposiciones psíquicas de la persona. Todas las personas se sienten satisfechas u orgullosas de su habilidad para razonar, de su sensibilidad, de su conciencia moral, como si de una posesión se tratase.

Parece entonces que, para entender qué significan las posesiones es necesario comprender que, consciente o inconscientemente, éstas son vistas por el propietario como parte de su Yo (Ahuvia, 2005; Belk, 1988; Solomon, 2008). Sartre (1954) consideraba que la única razón por la que se quiere tener o poseer algo es para aumentar o extender el yo, y que la única forma a través de la cual se puede entender quién se es, es observando lo que se tiene o posee. Esta idea propuesta por Sartre también es compartida por Belk (1988, 1991, 1992) quien mantiene que “Somos lo que tenemos” (“*We are what we have*”), pero Belk (1992) además acota esta idea sosteniendo que las posesiones sólo se consideran parte del Yo cuando la base del apego hacia esa posesión es emocional más que meramente funcional.

Tal y como se ha puesto en evidencia, la relación de las personas con sus objetos es realmente compleja e implica mucho más que un uso simplemente funcional (Dittmar, 1991). Es sabido que las personas realizan inferencias diariamente de una forma generalizada y casi irresistible (Dittmar, 1992; Hall y Andrzejewski, 2008), de hecho, a menudo es posible construir un biografía de una persona con tan sólo catalogar los objetos que se encuentran en su dormitorio u oficina (Solomon, 2008). Por poner un ejemplo, cuando se observa a alguien aparcar su *Mercedes* último modelo se pueden inferir cosas totalmente distintas que cuando se le ve aparcar un *Seiscientos*, o un *Citroën ZX*. En el primer caso se podría considerar que es una persona exitosa, con un alto nivel adquisitivo; mientras que si se le ve llegar en un *Seiscientos*

probablemente se pensaría en alguien con un cierto cariño hacia los objetos antiguos, un coleccionista. Por último, al ver a esta persona en cuestión aparcar un *Citroën ZX*, se podría pensar que es alguien con un nivel socioeconómico medio-bajo, no muy preocupado por lo que puedan pensar de él, o tal vez simplemente sea un estudiante que ha recibido el coche antiguo de sus padres hasta que se pueda comprar uno por sí mismo.

Este ejemplo, y muchos más que se pueden observar diariamente, muestra cómo un simple objeto (bien se podría haber hablado del maletín que lleve esa persona a su trabajo) da lugar a inferir características personales de su propietario. Esto implica que las personas expresan sus características personales y sociales a través de los objetos, tanto a la gente que le rodea como a sí mismo y a su vez, los objetos influyen en la forma en que se piensa acerca de uno mismo. (Dittmar, 1992; Gatersleben, 2011).

8.1. Los objetos como una extensión del Self.

En consonancia con la idea de James (1989) se encuentra el trabajo realizado por Prelinger (1959), quien pretendía comprobar si, tal y como James aducía, las personas poseen una estructura interna que se corresponde con su self, y en tal caso, estudiar si ésta estructura interna puede ser objeto de análisis. Para ello, basándose parcialmente en el inventario de los componentes del “Yo material” y el “Yo social”, elaborado por James, solicitó a 100 estudiantes universitarios que enumerasen los elementos (“*things*”) que ellos creían que formaban parte de ellos mismos. De todos los elementos nombrados por los estudiantes, sólo fueron seleccionados aquellos que poseían suficientes connotaciones personales, de tal forma que fuesen aplicables a prácticamente todo el mundo. A continuación el autor categorizó todos los elementos nombrados por los estudiantes en 8 categorías que él considerada parte del self: 1) procesos psicológicos o intraorganísmicos, 2) partes del cuerpo, 3) objetos dentro del ambiente físico cercano, 4) objetos pertenecientes al ambiente físico distante, 5) atributos y características personales, 6) posesiones y producciones, 7) otras personas y 8) ideas abstractas, obteniendo así una lista de 160 elementos, 20 para cada una de

las categorías. A continuación solicitó a un grupo de 60 varones adultos que agrupasen estos elementos en dos categorías: son parte de mí, no son parte de mí.

Los resultados mostraron un orden estable y significativo entre las categorías. Las partes del cuerpo fueron las consideradas como “más parte de mí” de forma significativa, seguidas por los procesos psicológicos e intraorganísmicos, las características personales y las posesiones y producciones. Estas 4 categorías son, según Prelinger (1959), aquellas que se definen únicamente haciendo referencia a una persona (su propietario) mientras que en las categorías restantes esta definición no es necesaria, e incluso en ocasiones no es posible.

A continuación realizó un segundo estudio en el que solicitó a 5 jueces que agrupasen los 160 elementos en tres grupos: aquellos que generalmente se encuentran bajo el control de las personas, aquellos que ejercen una influencia sobre las personas y, por último, aquellos que ni están bajo el control de las personas ni afectan a las mismas, es decir que son básicamente neutros. Una vez realizada esta categorización comparó las puntuaciones medias de estas tres categorías con respecto a su inclusión en el self.

Los resultados permitieron observar que los elementos sobre los que se ejerce un control y los elementos que afectan a las personas no diferían significativamente y ambos se encontraban incluidos en “son parte de mí”, sin embargo las puntuaciones obtenidas para los elementos neutrales mostraban que éstos eran considerados como “no son parte de mí”. A continuación comparó las 8 categorías de elementos en función de si sus elementos estaban bajo el control de las personas, afectaban a las personas o eran neutrales. De esta forma pudo observar que los elementos de las categorías incluidas en el self eran considerados bien bajo el control de las personas bien que afectan a las personas, sin embargo, los elementos de las categorías que no fueron incluidas en el self eran, en todos los casos, neutros.

Unos años después Belk (1988), considerado en el campo del marketing como uno de los pioneros en estudiar la importancia de los objetos en la vida de las personas, llevó a cabo una revisión con el propósito de estudiar la relación entre las posesiones y el “Yo extendido”. Este concepto es elaborado a partir de los objetos

externos que rodean al propietario y que éste considera como parte de sí mismo (Solomon, 2008), pero además, Belk añade que el “Yo extendido” no se limita sólo a los objetos que rodean al propietario, sino que también se compone de personas, lugares, así como objetos hacia los que el propietario siente apego, en consonancia con la idea de Prelinger (1959). Sin embargo, al contrario de lo que propone Prelinger, Belk considera que las personas poseen un self esencial que se expande para incluir elementos que formarán parte de su “Yo extendido”, así considera que las partes del cuerpo, los procesos internos, las ideas y experiencias forman parte de este Self esencial, mientras que las personas, lugares y objetos es lo que él considera el “Yo extendido”. En este trabajo el autor realiza una revisión acerca del estado de la materia, comenzando por una recopilación de las investigaciones llevadas a cabo hasta 1988, principalmente acerca de la imagen de marca, criticando que para poder generar una idea global del “Yo extendido” es necesario atender, no sólo a un producto en exclusiva, o varios de ellos, sino que es necesario conocer el conjunto total de los elementos u objetos que conforman el “Yo extendido”. Así mismo, Belk considera que, de las 8 categorías descritas por Prelinger (1959), las personas, los lugares y los objetos hacia los que los participantes sienten apego son las categorías que se encuentran más extendidas en la población general.

Otro de los puntos clave en esta revisión realizada por Belk (1988) son las funciones que se le otorgan al “Yo extendido”. En primer lugar, pone en evidencia que los objetos que se poseen pueden ser utilizados bien como una herramienta o arma que permite al propietario hacer cosas que de otra forma sería incapaz, bien como un objeto que permite que el propietario se vea representado de una forma simbólica. Esta diferenciación de objetos según su funcionalidad o simbolismo, será tratada de forma más profunda por autores tales como Csikszentmihalyi y Rochberg-Halton (1981), Dittmar (1992) o Prentice (1987), y se estudiará un poco más adelante en este capítulo. Belk considera también, que las funciones de los elementos varían dependiendo del desarrollo evolutivo del propietario. Así, remarca que durante la adolescencia los propietarios prefieren objetos que poseen una utilidad clara, mientras que las personas mayores o ancianos prefieren objetos que representan su historia de

vida, es decir que les permite recuperar sus sentimientos y memorias de una determinada época pasada.

Los procesos a través de los cuales Belk (1988) considera que los elementos empiezan a formar parte del “Yo extendido” se basan en las ideas plasmadas por Jean Paul Sartre en su libro “El ser y la nada” (1954). Sartre mantiene que existen tres formas a través de las cuales la persona considera un objeto como parte de su yo. La primera de ellas es a través de la apropiación o control de este objeto para su uso personal, la segunda es a través de la creación de un objeto en sí mismo (como por ejemplo una pintura o una escultura) y la tercera es a través del conocimiento de ese objeto. En esta última forma, Sartre se refiere no sólo a los objetos sino también a las personas y lugares, manteniendo que el conocer el objeto está inspirado por un deseo sexual de “poseerlo”. A estas tres formas Belk (1988) además añade la habituación considerando que, por ejemplo un sofá puede ir formando parte de la identidad del propietario debido a su presencia en el día a día del dueño.

Tal y como se ha venido observando, algunos elementos son considerados como más centrales que otros en la definición del “Yo extendido”, así mismo Belk (1988) y otros autores consideran que no existe un único “Yo extendido”, sino que existen cuatro niveles diferentes: individual, familiar, comunitario y grupal. En el primero de éstos niveles se encuentran objetos como la ropa, joyas, maquillaje, que los propietarios utilizan para definirse a sí mismos. En el nivel familiar se consideran que las posesiones tales como la vivienda y sus muebles son un aspecto central de esta identidad familiar. De igual forma, McCracken (citado en Belk, 1988) encontró diferencias en función de la expresividad percibida dependiendo del tipo de habitación en la vivienda, observando una tendencia a usar la decoración de la habitación como un medio para abarcar su propio yo. En el nivel comunitario las personas se definen en términos de la zona o ciudad de donde provienen (p.e. soy vallecano o soy andaluz). Por último, en el nivel grupal se definen en términos del grupo social al que pertenecen o se identifican, pudiendo encontrarse “elementos” como el equipo de fútbol, un bar específico, un tipo de música, que expresan la identidad del grupo.

Continuando con el concepto del “Yo extendido”, Tian y Belk (2005) llevaron a cabo una investigación en el ámbito laboral con el objetivo de estudiar si en estos espacios se produce una extensión del self a través de las pertenencias dispuestas en los puestos de trabajo, de forma similar a como ocurre en los hogares. Esta investigación se llevó a cabo con 20 trabajadores de una empresa de aplicaciones informáticas. Se solicitó a los participantes que realizaran una serie de fotografías de sus objetos o posesiones que considerasen “suyas” o más importantes para ellos en sus puestos de trabajo, y a continuación se llevaron a cabo entrevistas en profundidad con cada uno de los participantes. Estas entrevistas abarcaban temas desde la historia personal del participante, su historial laboral, las características del espacio físico en el que trabajaba (su puesto de trabajo), el significado de cada una de las posesiones/objetos fotografiados, el significado del conjunto de estas posesiones e incluso, hasta qué punto percibían ellos como adecuado mostrar esos objetos en relación con la cultura de la empresa.

Las transcripciones de cada entrevista fueron analizadas por cada uno de los investigadores de forma individual para posteriormente combinar y ampliar los datos obtenidos por ambos autores. Estos análisis mostraron que para la mayor parte de los trabajadores el llevar objetos a su puesto de trabajo y mostrarlos como una parte de sí mismos les ayudaba a superar sentimientos de alienación, además de ayudarles a sentir “como si estuvieran en su casa”. A pesar de que en la investigación no se detallan de forma minuciosa los objetos seleccionados por los participantes, los autores relatan cinco tipos diferentes de objetos. En primer lugar se habla de objetos “protésicos”, entendiendo éstos como objetos que son una elongación del propietario y que les permiten realizar las funciones para las que han sido contratados. Como ejemplo de estos objetos protésicos se encuentran principalmente los ordenadores, software especializado, calculadoras y teléfonos. Otros de los tipos de objetos que la mayoría de los participantes mencionan son objetos considerados como el yo extendido relacionado con el hogar (*“Extending Home-Related Self”*) que contiene objetos como fotografías de la familia, recuerdos de viaje, y otros recuerdos que evocan experiencias previas en la vida personal del trabajador. Los autores señalan también un tipo de objetos, tales como juguetes electrónicos, pelotas antiestrés, los

cuales tienen como función principal distraer, jugar o distender el ambiente de trabajo en determinadas situaciones. Estos objetos ayudan a mostrar un yo que, generalmente, se encuentra excluido del ambiente laboral.

Una de las características de esta empresa es que poseía espacios abiertos y compartidos para todos los trabajadores, por ello un cuarto tipo de objetos mencionados por los participantes, y catalogados por los autores como texturas atmosféricas que extienden el self, son objetos que permiten a su propietario crear una ilusión de territorialidad o independencia del resto de trabajadores. Se encuentran entre este tipo de objetos los cascos para escuchar música, un ventilador que hace las veces de ruido blanco, e incluso ambientadores que hacen que el propietario se adueñe más de ese espacio. El último tipo de objetos mencionados por los participantes es quizás el más novedoso de todos ellos, puesto que hasta ahora no había sido identificado como parte del “Yo extendido”. Los autores lo denominan como yo corporativo, y se corresponde con objetos como tazas con el logo de la empresa, fotografías del equipo de trabajo, posters corporativos, etc.

Con la intención de poner a prueba y actualizar la perspectiva propuesta por Belk (1988), Ahuvia (2005) desarrolla una investigación acerca de cómo los objetos “amados” por sus propietarios forman parte de su identidad narrativa y ésta, a su vez, conforma el “Yo extendido”. Ahuvia mantiene que, más que ver la identidad de una persona como una lista de atributos, éstos se encuentran conectados a episodios clave en la vida de la persona, los cuales a su vez están entrelazados formando su historia de vida. Con este propósito el autor llevó a cabo 10 entrevistas en profundidad, de las cuales en el artículo revisado se analizan dos de ellas. La entrevista en profundidad se centraba en la historia de vida del entrevistado, elementos que ellos amaran (excluyendo a las personas), su historia con estos elementos, personas que ellos amaran y objetos hacia los que sus sentimientos sean neutrales.

La primera entrevista resalta el conflicto de identidad que la entrevistada tiene acerca de su yo profesional, “práctico y conveniente”, y su yo artístico, “intrínseco a mí ser”. Esto implica que los objetos denominados por la entrevistada como “amados” son aquellos que reflejan ese yo artístico, mientras que los objetos que reflejan el yo

profesional son considerados como neutros o mundanos. En la segunda entrevista la participante indica como elementos amados los relativos a sus dos identidades: su identidad urbana (que representa su presente y futuro) y su identidad ranchera (que representa su pasado y ascendencia familiar). El análisis de estas entrevistas ha permitido observar que los elementos amados están conectados con el self, ya sea porque los expresan en sí mismo o porque permiten transformarlo en el yo futuro que se desea alcanzar.

En esta investigación, continuando con la propuesta realizada por Belk (1988), la identidad es encuadrada como una variable continua, considerando que el rango de esta variable comprende desde elementos intensamente identificados con el self ("*core self*"), a los marginalmente identificados con el self ("*extended self*"), hasta los que no están identificados con el self ("*nonself*"). Esta orientación encaja con el hecho de que en estas entrevistas el grado en el que los elementos seleccionados por los participantes estaban más o menos relacionados con el self, varía en todo el continuo de identificación con el self. De forma similar a lo expuesto por Belk, en este estudio se hace una distinción entre los objetos cuyo valor es principalmente físico e instrumental y entre aquellos cuyo valor es principalmente simbólico, pero en esta ocasión los resultados obtenidos indican que los elementos con valor simbólico parecen estar más integrados en el "Yo extendido" que los elementos con un valor instrumental.

En la investigación cualitativa llevada a cabo por Kleine et al. (1995) se describen los distintos tipos de apego hacia los objetos que las personas utilizan para explicar su historia de vida. Estos autores mantienen que las posesiones hacia las que su propietario tiene un fuerte apego se encuentran más próximas al "Yo extendido" y facilitan la narrativa de su historia de vida, mientras que los objetos hacia los que se tiene un apego débil representan un periodo en la vida de su propietario del que el mismo desearía desconectar. A través de la premisa: este objeto es yo-no yo ("Me-not me") los autores desarrollaron un listado de 54 frases, presentadas en tarjetas individuales, que medían: 1) fuerte/débil apego, 2) búsqueda de afiliación/autonomía y 3) orientación temporal pasada/presente/futura. De esta forma se propone un espacio multidimensional del apego en el que un punto del espacio representaría una combinación específica de más o menos afiliación, más o menos autonomía y una

orientación temporal pasada, presente o futura. Así los autores pretenden estudiar cómo la orientación temporal se combina con la afiliación/autonomía para describir cualitativamente diferentes tipos de apego.

La muestra utilizada fue de 30 participantes, los cuales debían decir cuál era su posesión más preciada, una prenda de ropa favorita, una prenda de ropa menos favorita y su coche. Una vez habían nombrado estos 4 elementos (posesión más preciada, prenda de ropa más y menos preciada y coche), debían realizar una categorización de las tarjetas en tres montones: si la frase que contenía era muy característica del objeto, si no era nada característica y por último el resto de tarjetas. Una vez habían completado esta categorización para cada uno de los 4 elementos, se les preguntaba las razones por las cuales habían elegido cada elemento, dónde lo compró y cuándo. Los resultados mostraron cuatro tipos de apego: un apego fuerte, afiliativo y orientado al pasado, un apego fuerte, autónomo y orientado al presente, un apego débil que implica que el elemento al que se refiere no es considerado como parte del propietario y un apego mixto. Los objetos más favoritos mostraban conexiones con los otros (afiliación) o reflejaban aspectos de la individualidad del propietario (autonomía), mientras que los objetos menos favoritos mostraban un tipo de apego que refleja la desconexión del mismo con el Self del propietario.

8.2. Categorización de los objetos que forman parte del Yo extendido.

Dentro del ámbito de la Psicología, se puede considerar que el libro "*The meaning of things*" de Csikszentmihalyi y Rochberg-Halton (1981) fue el punto de partida de los estudios acerca de los objetos. En él se detallan los pormenores de una investigación llevada a cabo con 82 familias residentes en la ciudad de Chicago. Estos autores realizaron entrevistas con varios miembros de cada familia, comprendiendo como mínimo a uno de los hijos, a ambos padres y a uno de los abuelos. En las entrevistas los participantes relataban diferentes características del barrio o vecindario, de la ciudad en la que vivían, y a continuación hacían una descripción detallada de la casa en la que habitaban y de los objetos que la contenían. Así, cada uno de los miembros de la familia tuvo la oportunidad de señalar qué objetos dentro

de la casa eran especiales para ellos, por qué, cuando fue adquirido y qué significaría para ellos perder ese objeto. Una vez que la entrevista había llegado a su fin el entrevistador, además, realizaba un inventario de la sala de estar (donde normalmente se llevaban a cabo las entrevistas) detallando todos los objetos que se encontraban a su alrededor.

De esta entrevistas, Csikszentmihalyi y Rochberg-Halton (1981) obtuvieron un total de 1694 objetos, los cuales fueron clasificados a posteriori por los investigadores en 10 categorías. Dentro de estas, las más mencionadas fueron muebles, cuadros y dibujos, fotografías, libros, estéreos e instrumentos musicales. Para los participantes, estos objetos eran considerados como favoritos por considerarlos ellos relacionados con recuerdos pasados, el self, la familia, valores personales y/o religiosos. En general, existió bastante consenso entre los participantes sobre el tipo de categorías seleccionadas, aunque se encontraron diferencias significativas entre los diferentes rangos de edad (infancia, jóvenes y mayores), en género y en clase social.

En cuanto a las diferencias en edad, los autores encontraron que los más jóvenes tenían una predilección hacia objetos que requerían una manipulación física, una actividad (p. ej. Equipo de música), mientras que los mayores eran más proclives a seleccionar objetos que no requerían de una interacción física, sino que por el contrario eran más contemplativos (p. ej. Fotografías, libros, etc.). En cuanto a la generación media, éstos seleccionaban objetos de ambas tendencias (acción y contemplación), aunque mostraron una mayor similitud con la generación mayor que con los jóvenes. En referencia a la diferencias de género los varones escogieron más frecuentemente objetos relativos a la acción, mientras que las mujeres prefirieron en mayor medida objetos relativos a la contemplación. Para estas últimas, las razones por las que escogían tales objetos se referían a recuerdos, y asociaciones a la familia, mientras que para los varones estas razones se referían más hacia objetivos y una expresión de la intencionalidad individual.

De esta forma, Csikszentmihalyi y Rochberg-Halton (1981) definieron por primera vez dos dimensiones de organización de los objetos. Una primera, determinada por los polos de Acción-Contemplación, y una segunda cuyos polos eran

orientado hacia el Self-orientado hacia los Otros. Así el conjunto Acción-Self definiría las relaciones de los jóvenes con los objetos, mientras que Contemplación-Otros sería más característico de los mayores. De la misma forma, los hombres preferían objetos relativos a la acción y el self, en contraste con las mujeres que valoraban más objetos relativos a la contemplación y la relación con los otros.

De manera similar a lo realizado en la investigación anterior , Kamptner (1991) llevó a cabo un estudio con diferentes generaciones en el que se preguntaba a los participantes por sus objetos más preciados (actuales, de la infancia, deseados, más confortables), encontrando resultados análogos. Así, esta autora fortaleció la idea de que tanto los varones como las personas más jóvenes tienden a nombrar con mayor frecuencia objetos considerados como instrumentales, que requieren una interacción física y una actividad. Mientras que las mujeres y las personas de mayor edad, tienden a nombrar con mayor frecuencia objetos más contemplativos (que no requieren actividad para su disfrute) y de una naturaleza más simbólica. Al mismo tiempo, los significados más importantes para las mujeres y las personas mayores fueron los de tipo social, mientras que para los varones y los jóvenes fueron los de disfrute y entretenimiento.

Yuste y Gonzalez (2008) realizaron otra investigación siguiendo alguno de los procedimientos utilizados en las investigaciones anteriores, De hecho estos autores utilizaron el cuestionario creado por Kamptner (1991), y como forma de clasificación de los objetos utilizaron la llevada a cabo por Csikszentmihalyi y Rochberg-Halton (1981). En los resultados se observa que las personas adultas y ancianas se interesan por objetos relacionados sobre todo con recuerdos y vivencias personales, mientras que durante la infancia y la adolescencia prevalece el interés por objetos con cualidades determinadas y que promuevan una experiencia divertida

Otro trabajo referencial es el llevado a cabo por Prentice (1987), en él se trata de establecer los tipos de significados atribuidos a los objetos. Para ello, en primer lugar solicitó a un grupo de participantes que determinasen sus cinco objetos favoritos y el porqué. De esta forma obtuvo una lista de 70 objetos que fue utilizada en una segunda fase de la investigación para que otros participantes clasificasen los objetos

en función de porqué podrían ser valorados. De esta clasificación se obtuvieron cuatro dimensiones: Self, entretenimiento, cultural y estatus, que definían las razones por las que los participantes habían seleccionado los objetos. En un tercer estudio, para confirmar las cuatro dimensiones creadas, solicitó a otro conjunto de participantes que puntuasen los 70 objetos obtenidos en cuatro escalas bipolares, una para cada una de las dimensiones, confirmando empíricamente los resultados encontrados en el estudio anterior. De estas cuatro dimensiones, Prentice considera como la más importante la referente al Self, estableciendo los dos polos de esta dimensión, como sus dos categorías principales. Así, el polo Simbólico comprende objetos que rememoran relaciones, situaciones y sentimientos que son importantes para el individuo, mientras que el Instrumental engloba objetos que promueven la actividad, proporcionando beneficios directos, ya sean de disfrute o utilitarios. Estas categorías resultaron ser similares a las establecidas previamente por Csikszentmihalyi y Rochberg-Halton (1981) de acción-contemplación y self-otros.

Por último, para conocer si los objetos estaban vinculados con los valores y actitudes de los propietarios, la autora volvió a entrevistar a los participantes del primer estudio para conocer si las razones por las cuales valoraban los objetos se vinculaban con sus valores. De esta forma, Prentice volvió a preguntarles por sus 5 pertenencias favoritas y porqué, y además les administró un cuestionario de valores en el que debían clasificar 36 tarjetas de valores (18 simbólicos y 18 instrumentales) en orden de mayor a menor importancia para ellos mismos. Así, la autora pudo comprobar que las personas que poseían valores simbólicos, escogieron en mayor medida objetos Simbólicos. Sin embargo, al contrario de lo que ella esperaba, las personas que preferían en mayor medida objetos de tipo Instrumental no obtuvieron puntuaciones especialmente diferenciadas en la escala de actitudes.

Dentro del área del Marketing, Kilbourne (1991) realiza una revisión acerca de la naturaleza, funcional o simbólica, de las posesiones. Este autor considera que los objetos funcionales son utilizados para cubrir necesidades básicas para la existencia, como por ejemplo los alimentos, la ropa o la vivienda. Así mismo, el autor incluye también objetos que facilitan el crecimiento de la persona, como por ejemplo los instrumentos musicales o los lienzos y pinturas que permiten desarrollar el talento

artístico. Así los objetos funcionales permiten, además de cubrir las necesidades básicas, la autorrealización y el enriquecimiento personal a través de la búsqueda de su vocación.

Para este autor el carácter simbólico del objeto se desarrolla cuando su utilidad va más allá de la capacidad del objeto para satisfacer las necesidades, es decir, cuando lo simbólico se superpone a lo funcional, lo que implica que los objetos funcionales además pueden acabar teniendo un valor simbólico. Cuando la relación entre el propietario y el objeto ocasiona que este último adquiera un valor simbólico, el valor que se le atribuye está siempre vinculado con el propietario, es decir que el simbolismo al que se encuentra sujeto el objeto es el motivo por el que se convierte en imprescindible para el propietario.

Teniendo también como referencia el trabajo realizado por Csikszentmihalyi y Rochberg-Halton (1981), Dittmar (1991) desarrolló una investigación centrándose principalmente en encontrar diferencias de género y estatus en el tipo de objetos preferidos. Para ello solicitó a los participantes que cumplimentasen un cuestionario acerca de sus cinco objetos preferidos y las razones por las cuales habían sido escogidos, además de completar unas cuestiones relativas a la ocupación laboral de los participantes. Al igual que los trabajos precedentes, esta autora creó las clasificaciones de los tipos de objetos seleccionados por los participantes, así como la clasificación de razones por las cuales estos objetos eran considerados como “especiales”. Para esta autora los objetos funcionales son aquellos que facilitan el control sobre el entorno y tiene un componente de carácter conductual, mientras que los simbólicos se vinculan a la expresión del self y a la categorización del entorno y tiene un componente emocional y cognitivo. Además encontró diferencias de género similares a las obtenidas por Csikszentmihalyi y Rochberg-Halton (1981), y Kamptner (1991), observando que los varones solían seleccionar objetos orientados hacia el self, relacionados con la actividad y con un componente instrumental. En cambio la mujeres seleccionaron objetos simbólicos y orientados hacia los otros, poniendo el énfasis en la relación emocional de los objetos.

En otra línea diferente, pero atendiendo a qué tipos de objetos se utilizan a la hora de personalizar los dormitorios, Aragonés y Pérez-López (2009) solicitaron a los participantes que describieran su dormitorio, las razones por las que les representaba y cuáles eran los sentimientos que experimentaban en él. Establecieron como requisitos que los participantes dispusiesen de forma exclusiva del dormitorio y que considerasen que este mismo fuese la habitación de la casa que mejor les representaba. Con todas las descripciones realizadas por los participantes, los autores realizaron un análisis de contenido, estableciendo una estructura del discurso (véase Figura 8.1.) y que a su vez determinaba las categorías y subcategorías que lo componían.

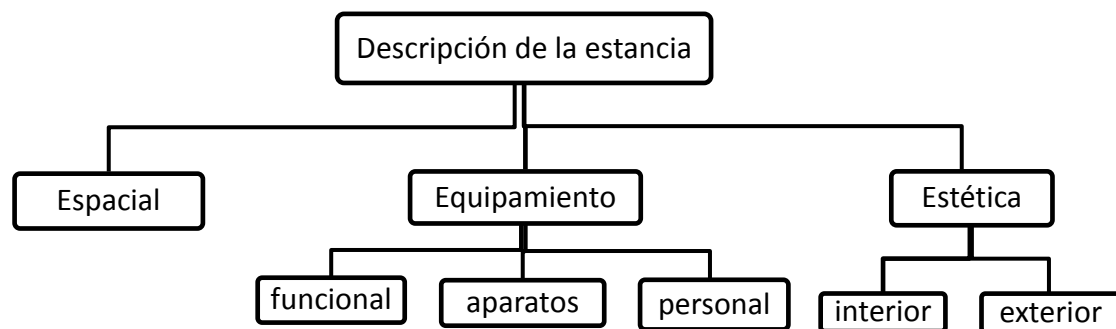


Figura 8.1. Categorías y subcategorías resultantes del análisis de las descripciones de los participantes.
FUENTE: Aragonés y Pérez-López (2009, p. 292)

La primera de las categorías mostradas en la Figura 8.1., espacial, se refiere a los aspectos de carácter arquitectónico del dormitorio, y la tercera categoría, estética, engloba aspectos relacionados con la percepción visual, tanto del interior del dormitorio como del exterior. Es la segunda de las categorías, equipamiento, la que merece especial atención en este momento. Esta categoría es la que más utilizaron los participantes en general, independientemente del género, y dentro de ella fue la subcategoría personal a la que mayores referencias se hicieron. Estos datos parecen indicar que considerando el dormitorio globalmente, uno de los mayores aspectos a los que comúnmente se recurre para definir los mismos son los objetos, y dentro de éstos aquellos que son personales y evocan experiencias pasadas para el propietario. Además estos investigadores también advirtieron las diferencias de género encontradas en las investigaciones anteriormente reseñadas, observando que las

mujeres enfatizan más aspectos relacionados con el afecto (categoría personal), mientras que los varones se centran más en los aspectos funcionales.

8.3. Los objetos y las inferencias de rasgos personales.

De lo explicado hasta ahora, se puede asumir que la vivienda y su personalización permite a observadores externos inferir información acerca del propietario por medio de diferentes señales o huellas dejadas en el espacio. Así mismo, también se han propuesto diferentes clasificaciones de objetos, realizadas por varios autores, así como se han diferenciado el tipo de objetos favoritos en función de diferentes variables sociodemográficas. En este apartado se trata de mostrar en qué medida los objetos con los que se personaliza el lugar aportan información acerca de los rasgos de personalidad del propietario.

Con este objetivo, Pérez-López (2011) desarrolló una investigación en la que se solicitaba a los participantes que, por medio de la observación de fotografías de dormitorios, completasen dos cuestionarios por cada dormitorio observado. En el primero debían contestar en una escala de adjetivos, cuáles eran definitorios de la personalidad del propietario, así como una serie de cuestiones sociodemográficas. Mientras que en el segundo, debían indicar qué señales presentes en el dormitorio les había permitido identificar cada adjetivo y cada variable sociodemográfica marcada en el primer cuestionario.

Los resultados muestran que hay una relación entre los objetos, identificados por los observadores y los rasgos de personalidad, tal y como se puso de manifiesto a través de un análisis de correspondencias. La autora encontró que las señales vinculadas a los elementos simbólicos, estaban más relacionadas con dimensiones sociales (Extraversión y Amabilidad) y los elementos instrumentales con las dimensiones de competencia y habilidad (Responsabilidad, Estabilidad emocional y Apertura a la experiencia). De la misma forma, el análisis de correspondencia permitió a Pérez-López (2011) encontrar evidencias de que los objetos simbólicos se corresponden con los dormitorios femeninos, mientras que los instrumentales se agruparon en torno a los dormitorios masculinos. Este trabajo invita a estudiar en qué

medida dos grandes dimensiones, como las propuestas por el MCE, pueden estar relacionadas con los objetos que representan a las personas cuando estos se consideran elementos que permiten inferir rasgos personalidad de sus propietarios.

9. Los objetos del dormitorio y su categorización.

Tal y como se ha puesto de manifiesto en el anterior capítulo, los objetos permiten a sus propietarios elaborar un concepto de “quien soy” (Belk, 1992), así como expresar sus características personales tanto a quienes le rodean como a sí mismos (Dittmar, 1992). Así, estos objetos, junto con otras posesiones, han sido considerados por varios autores como parte del “yo extendido” de su propietario, considerado éste como el conjunto de los objetos externos que rodean al propietario y que éste considera como parte de sí mismo (Solomon, 2008). A estos objetos se les atribuyen funciones tales como: 1) objetos que pueden ser utilizados como una herramienta que permite al propietario realizar acciones que de otra forma sería incapaz; y 2) objetos que permiten al propietario verse representado. Estas funciones están íntimamente relacionadas con las categorías de objetos que diversos autores ponen de manifiesto en sus investigaciones: Funcional y Simbólico (Csikszentmihalyi y Rochberg-Halton, 1981; Dittmar, 1991; Prentice, 1987) si bien es cierto que, a excepción de la investigación llevada a cabo por Prentice que solicita a participantes que clasifiquen los objetos, el resto de estudios asume estas categorías por medio de los criterios de los investigadores.

En este estudio se pretende, de forma similar al estudio de Prentice (1987), conocer si participantes ajenos a los propietarios de los objetos clasifican éstos en estas dos categorías. Para ello, se propone en primer lugar construir una lista de objetos representativos de dormitorios de estudiantes, que disponen de un uso exclusivo del mismo, para así comprobar si personas con características sociodemográficas similares a los propietarios de dichos dormitorios, organizan los objetos representativos en torno a las categorías Funcional y Simbólico. Así mismo se estudiará los discursos que utilizan los propietarios de los objetos al explicar por qué son importantes para ellos, y si estos discursos son diferentes en función de si el propietario habla de un objeto funcional o un objeto simbólico.

9.1. Estudio piloto: Selección de los objetos representativos.

9.1.1. Método:

Participantes:

Este estudio preliminar se llevó a cabo con una muestra de 64 estudiantes⁷ de la Facultad de Psicología de la Universidad Complutense de Madrid que disponían de su dormitorio de forma exclusiva. De los cuales 27 eran varones, con una media de edad de 21,7 ($DT = 2,58$), y 37 eran mujeres, con una media de edad de 20,86 ($DT = 2,14$). Todos los participantes colaboraron de forma voluntaria.

Instrumento y procedimiento:

Los participantes completaron el cuestionario *online* “selección de objetos representativos” (Anexo D), en el que debían contestar, en primer lugar, en qué medida consideraban que su dormitorio les representaba -valorado en una escala de 1 a 7, donde 1 era “no me representa en absoluto” y 7 “me representa por completo”-, cuáles eran los 5 objetos preferidos en su dormitorio, una breve descripción de los mismos, y las razones por las cuales habían escogido cada uno de los 5 objetos.

9.1.2. Resultados y discusión:

Los dormitorios de los participantes representaban en gran medida a sus propietarios, ya que se obtuvo una puntuación media de 5,27 ($DT = 1,41$). Como afirmó Hata (2004) en su investigación, la inferencia de la personalidad de los habitantes podrá ser más ajustada en tanto en cuanto los participantes consideren que su espacio les representa, por lo que obtener una puntuación media de 5,27 sobre 7 proporciona un buen indicador de la eficacia de la lista creada.

En primer lugar se procedió a examinar los objetos que cada participante había escogido como preferidos. Como ya se ha comentado anteriormente, cada uno de los participantes debía escoger 5 objetos, por lo que el número inicial de objetos

⁷ Estos participantes son los propietarios de las fotografías utilizadas en los capítulos 5 y 7.

obtenidos fue de 320. Para comenzar a simplificar este listado, se procedió a agrupar los objetos que sólo se diferenciaban en el artículo, en número o eran sinónimos, por ejemplo: PC, mi ordenador y el portátil fueron colocadas bajo el término común “ordenador”. De la misma forma algunos objetos fueron incluidos en otros, pero siempre y cuando se mantuviese el valor del significado otorgado por los participantes, así, por ejemplo, se agruparon diferentes instrumentos musicales bajo el término “guitarra” por ser el que más frecuencia había obtenido. De estas agrupaciones resultó un listado total de 79 objetos.

A continuación, y siguiendo un criterio de consenso interjueces, la investigadora con otro experto en este campo asignaron los diferentes objetos a las categorías Simbólico y Funcional, dando como resultado el listado que se muestra en la Tabla 9.1.. Como se puede observar, de los 79 objetos 23 de ellos se clasificaron en la categoría Funcional, siendo nombrados como favoritos por más de 10 participantes, objetos tales como cama, ordenador, estantería, mini cadena, y lámpara. Los 56 objetos restantes fueron catalogados como pertenecientes a la categoría Simbólico, siendo nombrados como favoritos por más de 10 participantes: peluche, foto, poster, corcho y cuadro.

Una vez creadas estas dos listas se seleccionaron, de cada una de ellas, los objetos con mayores frecuencias. Una vez que sólo quedaban objetos con frecuencias iguales a 1 se seleccionaban los objetos más generales o reconocibles fácilmente, eliminando aquellos que se consideraban demasiado exclusivos y que podían estar representados en otros objetos. Por ejemplo “adorno que cuelga del techo” fue incluido dentro de “atrapasueños”. Dentro de la categoría Funcional se suprimieron 5 objetos (mesa, cajonera, zapatero, cama de mis perras y cabecero de la cama) que se consideraron podían ser incluidos en alguno de los objetos presentes en la lista, por ejemplo se incluyó “mesa” en la categoría “escritorio”. De la categoría Simbólico se eliminaron 27 objetos, siguiendo estas mismas premisas.

Tabla 9.1.

Distribución de los objetos en las categorías Funcional y Simbólico y su frecuencia de mención por los participantes (N=64)

Funcional			
Objetos	Frecuencia	Objetos	Frecuencia
Cama	28	Cajonera	3
Ordenador	21	Aire acondicionado	2
Estantería	14	Zapatero	2
Mini cadena	12	Cama de mis perras	1
Lámpara	11	Cómoda	1
Armario	10	Cortinas	1
Escritorio	8	Despertador	1
Cojín	5	Cabecero de la cama	1
Silla	5	Archivadores de apuntes	1
Edredón	4	Televisión	1
Espejo	4	Videoconsola	1
Mesa	4		
Simbólico			
Objetos	Frecuencia	Objetos	Frecuencia
Peluche	18	Avioneta roja	1
Foto	16	Discos	1
Poster	14	Bandera del "orgullo gay"	1
Corcho	13	Cabecero de RENFE	1
Cuadro	12	Canción	1
Figura	9	Abrecartas	1
Libros	7	Chapa	1
Marco de fotos	7	Claqueta de cine	1
Guitarra	6	Coche de colección azul	1
Trofeos	5	Collar flores	1
Camiseta	4	Crucifijo	1
Bufanda de equipo de futbol	3	Lazo plateado	1
Colección botellas	3	Estrella de mar	1
Flores de madera /papel	3	Guitarra-mechero	1
Pañuelos	3	Jardín Zen	1
Sombrero payaso	3	Jarra de madera del Che	1
Tablón	3	Jarrón decorativo	1
Cuarzos, cristales y piedras minerales	2	Atrapasueños	1
Mapa	2	Diana	1
Matrícula	2	Planta	1
Muñecas	2	Máscara	1
Monociclos	2	Objetos de fiesta	1
Pizarra	2	Objetos decorativos	1
Recuerdos varios	2	Pluma	1
Balón	2	Señal de stop	1
Balda de recuerdos de viajes	1	Tablero ajedrez	1
Adorno que cuelga del techo	1	Casco de moto	1
Escudo del Athletic Club Bilbao	1	Dibujo	1

De esta última selección se creó la lista final de objetos representativos de los dormitorios juveniles, que será la utilizada para los siguientes estudios (Ver Tabla 9.2.).

Tabla 9.2.
Listado de objetos finales

FUNCIONAL	SIMBÓLICO	
Cama	Claqueta de cine	Peluche
Ordenador	Coche de juguete	Foto
Estantería	Poster	Crucifijo
Lámpara	Corcho de pared	Jarrón
Armario	Estrella de mar	Diana
Mesa de escritorio	Pluma de escribir	Planta
Equipo de música	Tablero ajedrez	Máscara
Cojín	Discos y CD's	Cuadro
Silla	Trofeos	Figura
Edredón	Piedras minerales	Libros
Espejo	Gorro de paja	Guitarra
Aire acondicionado	Bufanda de futbol	
Cómoda	Matrícula de coche	
Cortinas	Muñeca	
Despertador	Balón	
Apuntes de clase	Abrecartas	
Televisión	Atrapasueños	
videoconsola	Recuerdo de viaje	

Tal y como se puede observar en esta lista (Tabla 9.2.), el 61% de los objetos han sido clasificados como simbólicos (29 objetos exactamente), mientras que el 39% restante han sido clasificados como funcionales (concretamente 18 objetos).

9.2. Estudio 1: Categorización de los objetos.

Habiendo establecido la lista de objetos representativos para estudiantes que poseen un dormitorio para su uso exclusivo, una nueva muestra de estudiantes, con características sociodemográficas similares a los propietarios de los dormitorios, realizaron una categorización de los objetos representativos de los dormitorios.

9.2.1. Método:

Participantes:

La investigación se llevó a cabo con otros 81 estudiantes de la Facultad de Psicología de la Universidad Complutense de Madrid, con una edad media de 22,30 ($DT = 3,89$), de los cuales el 51,9% eran mujeres.

Procedimiento:

Con la lista de 47 objetos obtenida en el estudio piloto se crearon unas tarjetas tamaño 10 cm x 6 cm, donde en cada una de ellas estaba escrito uno de los objetos en el anverso y en el reverso un número para facilitar su identificación posterior. Se diseñó además una hoja de instrucciones y una hoja de respuestas para los participantes.

La aplicación de esta prueba se realizó en una sala de la Facultad de Psicología de la UCM. Se preparó la sala colocando diferentes montones de tarjetas e instrucciones en los diferentes espacios que había disponibles en las mesas. Las instrucciones indicaban lo siguiente:

Se le acaban de entregar 47 tarjetas, en cada una de ellas aparece un elemento que se puede encontrar en el dormitorio de un joven estudiante. Nos gustaría que organizase estas tarjetas en tantos montones como considere necesarios; de tal forma que cada montón esté compuesto por aquellos elementos que pertenecen a una misma categoría, la que usted quiera, y que no puedan ser clasificados en las categorías de los otros montones. Por favor, no escriba en las tarjetas.

Una vez que los participantes habían terminado de clasificar todas las tarjetas la investigadora les proporcionaba la hoja de respuestas en la que tenían que indicar cada una de las categorías que, a su juicio, representaban los elementos de cada montón e indicar el código asignado a cada uno de los objetos, para cada categoría.

9.2.2. Resultados:

Para conocer cuáles son las categorías subyacentes en las que se organizan los objetos de los dormitorios de los jóvenes, se llevó a cabo un análisis de *cluster* jerárquico. Con este análisis se pretende obtener una agrupación jerárquica de los objetos que se van uniendo en *clusters* o ramas cada vez mayores en función del número de veces que cada objeto ha sido asociado con otro por los participantes. Con todas estas asociaciones (o categorizaciones) se construyó una matriz simétrica de similitudes, de 81x81, siendo cada elemento de la matriz la frecuencia de asociación de un objeto con otro.

Dentro del análisis de *cluster* jerárquico, se escogió el método de vinculación intergrupos, en el que el criterio de aglomeración de los objetos es la distancia media de todos los objetos de un conglomerado con todos los objetos de otro conglomerado. Este método tiende a combinar los *clusters* con variaciones reducidas dentro del conglomerado que conforman (Hair et al., 1999).

Por medio de este análisis se obtiene una representación gráfica (dendrograma) de los objetos, formando agrupaciones entre aquellos que son más similares entre sí. Es decir, un determinado *cluster* estará formado por objetos que los participantes hayan seleccionado porque tienen algo en común, una dimensión que subyace a su agrupación. Cuando dos objetos hayan sido escogidos en todos los casos para formar el mismo grupo, la covariación de los mismos será perfecta, dando lugar a una similitud del 100%.

La máxima similitud entre objetos obtenida con los participantes de la muestra es igual a 71,00 y la mínima, en la unión de los 47 objetos entre sí, es de 9,38. Según se puede observar en la Figura 9.1., aparecen dos agrupaciones claramente definidas (con similitudes entre 20,58 y 11,86), las cuales se subdividen a su vez en otras tres categorías.

- El primer *cluster* que se agrupa en el nodo 1 (N1) con similitud de 25,09, agrupa una serie de objetos (estantería, silla, armario, cómoda, mesa de escritorio, cama, lámpara, edredón, cojín, cortinas, espejo y corcho de pared)

que se corresponden con objetos básicos y de uso diario que se encuentran en la mayoría de los dormitorios, conformando una categoría que se puede denominar como “mobiliario”.

- El segundo *cluster*, agrupado en el nodo 2 (N2) con una similaridad de 32,25, está formado por un grupo de objetos (videoconsola, televisión, equipo de música, ordenador, despertador y equipo de aire acondicionado) que poseen la característica común de ser aparatos electrónicos, definiendo una categoría denominada como “aparatos electrónicos”.

Estos dos primeros *clusters* se unen en el nodo 7 (N7, similaridad igual a 16,83), en lo que podría considerarse una categoría superior englobando las dos anteriores. Esta categoría general, denominada “equipamiento” se caracteriza principalmente por incluir objetos de uso cotidiano, y sin los cuales no sería posible realizar muchas de las acciones y conductas que se llevan a cabo en los dormitorios.

- El nodo 3 (N3) agrupa un tercer *cluster* con una similaridad de 54,67, superior a las anteriores. En la agrupación de los objetos que conforman este *cluster* (pluma de escribir, carpetas de apuntes de clase, libros y abrecartas), subyace una tercera categoría referida al estudio y/o enriquecimiento personal, que se denomina “profesional”.

Estos dos últimos nodos, el N7 y el N3, se unen con una similaridad de 11,86, conformando una de las categorías principales. Esta categoría engloba objetos que son prácticos y útiles para los propietarios, denominándose esta categoría como “Funcional”.

- El cuarto cluster, que forma el nodo 4 (N4) con una similaridad de 44,77, está compuesto por 17 objetos (recuerdo de viaje, foto, trofeos,..., póster, planta y jarrón) que componen una categoría de objetos de decoración del dormitorio que principalmente evocan experiencias pasadas de los propietarios, denominándose esta categoría “autorreferencia”.

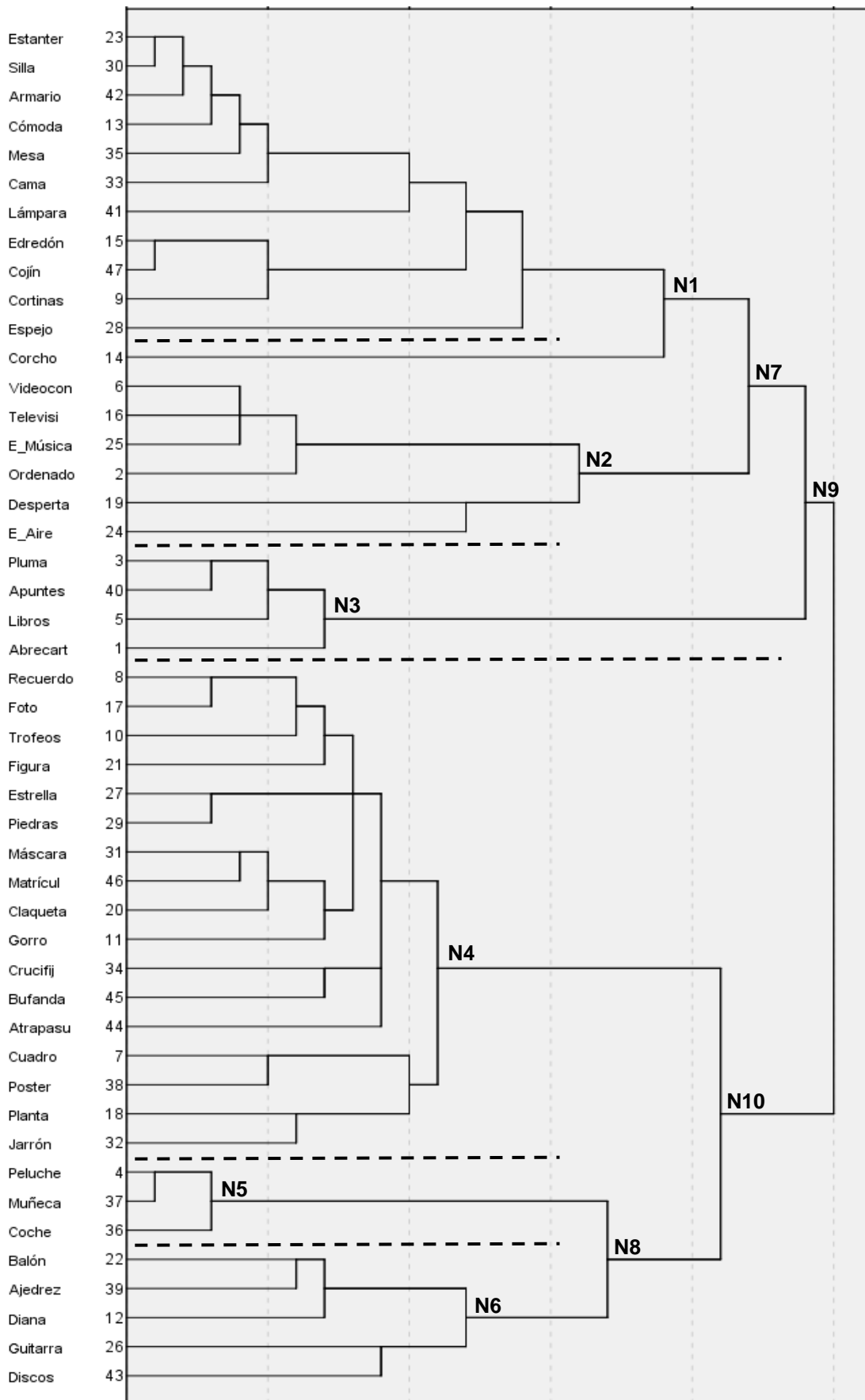


Figura 9.1. Representación gráfica de las agrupaciones de los objetos obtenidas por el análisis de cluster

- El quinto cluster que se agrupa en el nodo 5 (N5) con una similaridad de 64,50, la mayor de todos los nodos formados, comprende 3 objetos (peluche, muñeca y coche de juguete) y pertenecen a una categoría denominada “juguetes”.
- El sexto cluster, agrupado en el nodo 6 (N6) con una similaridad de 43,33, se compone de objetos (balón, ajedrez, diana, guitarra y discos y CD's) que poseen un uso bastante definido: el disfrute del tiempo libre mediante los “*hobbies* y aficiones”.

El cluster 5 y el 6 se unen en el nodo 8 (N8) con una similaridad común de 31,40, formando una categoría principalmente de “entretenimiento”, en la que se comprenden los juguetes de la infancia y los *hobbies* y aficiones.

Esta categoría de entretenimiento (N8) a su vez se une con la categoría de “autorreferencia” (N4), formando el nodo 10 (N10) con una similaridad de 20,58. Este nodo (N10) se refiere a objetos que evocan relaciones y sentimientos de los participantes, así como también parece que hacen referencia a la expresión del self, por lo que esta categoría ha sido denominada Simbólico.

Por tanto, según los principales clusters resultantes (agrupados en los nodos 9 y 10), se puede afirmar que se han obtenido dos categorías principales de objetos, las cuales, atendiendo a las características que homogenizan los objetos agrupados dentro de cada una, se clasifican tal y como se muestra en la Figura 9.2.

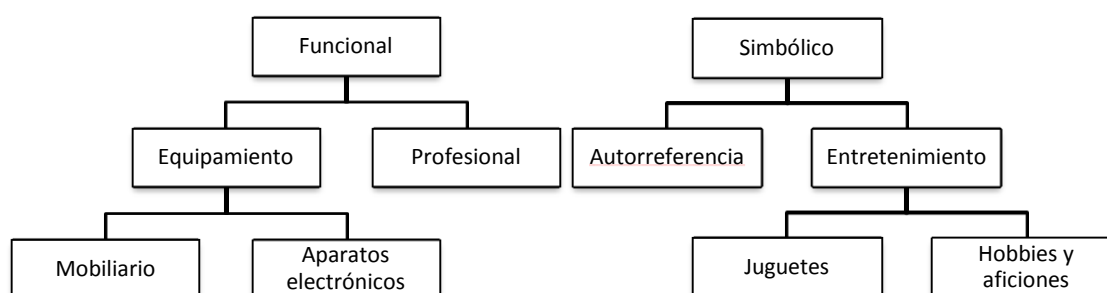


Figura 9.2. Categorización de los objetos obtenida por medio de análisis de clústeres jerárquico

Para estudiar la distribución de los objetos en función de la variable género, es decir, conocer en qué medida existen diferencias significativas entre varones y mujeres

a la hora de seleccionar los objetos preferidos del dormitorio, se tomaron los datos pertenecientes a los participantes del estudio preliminar (N= 64), y las categorías establecidas en este estudio (Tabla 9.3.).

Tabla 9.3.

Distribución de medias en cada categoría y subcategoría, en función del género de los participantes

	Varones (n = 27)	Mujeres (n = 37)
	<i>M(DT)</i>	<i>M(DT)</i>
Funcional	0.93 (0.58)	0.79 (0.47)
Equipamiento	2.48 (1.65)	2.24 (1.38)
Profesional	0.30 (0.54)	0.14 (0.35)
Simbólico	0.74 (0.58)	0.87 (0.47)
Autorreferencia	1.52 (1.58)	2.11 (1.26)
Entretenimiento	0.70 (0.72)	0.51 (0.65)

En la tabla 9.3. se puede observar que no se han encontrado diferencias significativas entre varones y mujeres entre ninguna de las categorías y subcategorías, indicando que ambos géneros seleccionan un número similar de objetos pertenecientes a cada una de las categorías y subcategorías.

9.2.3. Discusión:

La revisión de la literatura realizada previamente ha encontrado que la categorización de los objetos en Funcional y Simbólico ha sido casi siempre realizada a posteriori por los investigadores, es decir que eran los mismos los que realizaban las clasificaciones y creaban las categorías propuestas (Csikszentmihalyi y Rochberg-Halton, 1981; Dittmar, 1991; Kamptner, 1991). En cambio en este estudio se ha solicitado a los participantes que sean ellos mismos los que clasifiquen los objetos, por lo que la categorización en este caso es realizada a priori, de manera análoga a lo realizado por Prentice (1987). El propósito de este estudio era, por tanto, comprobar si los objetos que configuran la personalización y decoración de los dormitorios de jóvenes universitarios son clasificados a priori por las personas en las categorías propuestas por Prentice (1987) y Dittmar (1991): Funcional y Simbólica. El análisis de

clusters jerárquico parece confirmar que, efectivamente, esta categorización se produce y que además subyacen otras dos subcategorías para cada una de las principales.

Así, dentro de la categoría Funcional surgen las subcategorías “equipamiento” y “profesional”. “Equipamiento” está definido por objetos de uso cotidiano que posibilitan a su propietario realizar las actividades más comunes en un dormitorio. A su vez, “equipamiento” se subdivide en “mobiliario” y “electrónico”; “mobiliario” fue anteriormente denominada por Csikszentmihalyi y Rochberg-Halton (1981) como una de las principales categorías a la hora de definir las pertenencias, comprendiendo objetos de uso diario que se encuentran en el dormitorio. “Electrónico” se corresponde con la creada por Aragonés y Pérez-López (2009) en la que se mencionaban objetos de carácter electrónico y/o tecnológico. Así mismo, en la investigación llevada a cabo por Tian y Belk (2005) en unas oficinas, encontraron que los participantes hacían especial hincapié en la importancia, para ellos, de algunos aparatos electrónicos para poder expresar parte de su yo. Por último, se encuentra la subcategoría denominada “profesional”, compuesta por objetos que se orientan hacia las metas u objetivos de determinadas tareas productivas y/o de la ocupación que el individuo tiene (Yuste y Gonzalez, 2008).

Por tanto, la categoría Funcional parece abarcar objetos que principalmente tienen una función de uso y que pueden ser vistos como instrumentos para alcanzar un fin o para poder manipular el entorno.

En referencia a la categoría Simbólico, los resultados han mostrado dos subcategorías subyacentes, la primera denominada “autorreferencia” y la segunda “entretenimiento”, que a su vez comprende “juguetes” y “*hobbies* y aficiones”. La subcategoría “autorreferencia”, contiene diferentes objetos que se utilizan para personalizar y que principalmente se distinguen por ser recordatorios de eventos y personas que han influenciado las vidas de los participantes (Belk, 1991, 1992; Kleine et al., 1995; Prentice, 1987). Esta subcategoría comprende objetos como fotografías, recuerdos de viajes, regalos hechos por otras personas, que más que ser un fiel documento de la historia de vida del propietario, han sido escogidos para mostrar el

“pasado” que se quiere compartir, tanto para uno mismo como para los demás, evitando recuerdos tristes o embarazosos (Belk, 1992). La subcategoría “entretenimiento” contiene objetos que permiten al propietario disfrutar de su tiempo libre, mostrar sus aficiones, etc. Esta subcategoría se encuentra en línea con la categoría “recreativa” denominada por Prentice. A su vez, “entretenimiento” se subdivide en “juguetes”, caracterizada por abarcar objetos principalmente de la infancia, que no poseen un valor utilitario aunque sí un alto valor sentimental, ya que estos objetos atesoran el tiempo pasado en el que se usaban para sus propósitos originales, mostrando una actitud nostálgica (Belk, 1991, 1992); y en “*hobbies y aficiones*” que viene definida por objetos con una alta funcionalidad, como por ejemplo el tablero de ajedrez o la guitarra, pero que son utilizados con motivos de ocio, y desarrollo de habilidades principalmente recreativas.

La categoría Simbólico, por tanto, tiene una función principalmente de expresión del self, tanto como para que el propietario pueda reforzar su propio yo, como para que las otras personas puedan realizar inferencias acerca del mismo.

Es importante tener en cuenta que todos estos objetos poseen un simbolismo para el propietario (Belk, 1991), de ahí que lo hayan considerado como favorito, si bien las categorías Funcional y Simbólico subyacen de los análisis realizados (Kilbourne, 1991). Es este simbolismo, otorgado tanto a objetos funcionales como simbólicos, el que hace que los objetos sean considerados parte del “Yo extendido”, mientras continúan manteniendo su característica de Funcional y/o Simbólico (Ahuvia, 2005; Belk, 1991; Kilbourne, 1991).

A pesar de que en la mayoría de las investigaciones previas (Csikszentmihalyi y Rochberg-Halton, 1981; Dittmar, 1991, 1992; Jones, Taylor, Dick, Singh, y Cook, 2007; Kleine y Baker, 2004) se han encontrado diferencias significativas en cuanto al tipo de objetos seleccionados por varones o mujeres, en esta investigación los resultados obtenidos no han permitido observar ninguna diferencia significativa, indicando que tanto varones como mujeres seleccionan un porcentaje similar de objetos funcional y/o simbólicos.

9.3. Estudio 2: Discurso asociado a los objetos funcionales y simbólicos.

Este estudio, con los datos recopilados en el estudio piloto, pretende comprobar si los propietarios de los dormitorios desarrollan discursos diferenciados en función de si hablan de un objeto perteneciente a una u otra categoría.

9.3.1. Método:

Participantes:

Los participantes en este estudio fueron los 64 estudiantes que participaron en el estudio piloto identificando sus 5 objetos favoritos. La media de edad de estos participantes fue de 21,73 (DT = 2,38), siendo el 57,8% mujeres.

Procedimiento:

En el cuestionario online que completaron los participantes del estudio piloto: “Selección de objetos representativos” (Anexo D), se les solicitaba que indicasen qué razones tenían para decir que dichos objetos eran los favoritos de sus dormitorios. Al ser una pregunta abierta las respuestas podían variar de una a varias frases. Estas respuestas son las que se analizan en este estudio.

9.3.2. Resultados y discusión:

En primer lugar, los 320 objetos obtenidos inicialmente en el estudio piloto fueron clasificados por consenso interjueces en las categorías y subcategorías obtenidas en el análisis jerárquico de cluster. A continuación se tomaron todas las descripciones de porqué estos objetos eran preferidos para ellos y se sometieron a un análisis de contenido. Para ello se consideraron todas las unidades de registro, entendidas estas como cada frase separada por puntos. El resultado final fue de 224 unidades de registro para la categoría Funcional y de 219 unidades de registro para la categoría Simbólico. Una vez contabilizadas estas unidades de registro, se descompusieron en palabras, de tal forma que se obtuvieron 3010 palabras para

Funcional y 3239 para Simbólico. A continuación se seleccionaron los adjetivos calificativos, que expresan los sentimientos asociados a los objetos, y los verbos, que expresan las acciones asociadas con los objetos (Aragonés, Amérigo, y Vercher, 1997), obteniendo 36 adjetivos y 303 verbos para Funcional y 41 adjetivos y 178 verbos para Simbólico (Tabla 9.4.).

Tabla 9.4.
Frecuencia de adjetivos y verbos en cada categoría y subcategoría

	Adjetivos	Verbos
Funcional	36	303
Equipamiento	35	218
Profesional	1	40
Simbólico	41	178
Autorreferencia	28	117
Entretenimiento	13	52

Posteriormente, se agruparon los términos que se diferenciaban en género o número en el caso de los adjetivos y se agruparon las conjugaciones con el infinitivo, excepto para los verbos “Ser” y “Estar” que fueron eliminados del análisis, obteniendo un total de 8 adjetivos y 29 verbos diferentes (Tabla 9.5.).

Con el fin de conocer hasta qué punto las categorías de Funcional y Simbólico, y sus subcategorías, se encuentran asociadas en el discurso de los propietarios con determinados verbos y adjetivos se llevaron a cabo dos análisis de correspondencias simple. El primero de estos análisis es el referido a los verbos utilizados en el discurso de los propietarios (Figura 9.3.), y el segundo análisis es el correspondiente a los adjetivos utilizados en el mismo discurso (Figura 9.4.)

Tabla 9.5.

Listado de adjetivos y verbos obtenidos de los discursos asociados a los objetos

Adjetivos	Verbos			
bueno	comprar	hacer	querer	trabajar
cómoda	descansar	importar	realizar	traer
espacioso	dormir	leer	recordar	usar
especial	elegir	llevar	regalar	utilizar
importante	encantar	mirar	representar	ver
imprescindible	estudiar	pasar	sentir	
pequeña	guardar	permitir	tener	
sentimental	gustar	poder	tocar	

En el análisis de correspondencia simple entre verbos y subcategorías, el resultado mostró que los dos ejes explican un 81,88% de la varianza total (Figura 9.3.). Tal y como muestra el gráfico resultante, y tomando el eje de abscisas como referencia para las subcategorías, se puede observar que los verbos están ubicados principalmente en cada uno de los extremos de este eje. Así, en el lateral izquierdo se encuentran verbos asociados con “equipamiento” y “profesional” (Funcional), como por ejemplo estudiar, leer, hacer, usar, trabajar, entre otros; mientras que en el extremo derecho se encuentran los verbos asociados a “autorreferencia” y “entretenimiento” (Simbólico) tales como recordar, encantar, regalar, sentir, representar.

En el análisis de correspondencia simple entre adjetivos y subcategorías, el resultado mostró que los dos ejes explican un 97,55% de la varianza total (Figura 9.4.). Si se toma el eje de abscisas como referencia, se puede observar cómo los adjetivos están ubicados en cada uno de los extremos de este eje, fuertemente asociados con subcategorías funcionales y simbólicas. De esta forma se puede observar que se han asociado los adjetivos importante, sentimental, pequeño, especial con las subcategorías de “autorreferencia” y “entretenimiento” – situadas en el extremo derecho del gráfico -, mientras que los adjetivos imprescindible, espacioso/a, cómodo/a y bueno/a han sido asociados con las subcategorías de “equipamiento” y “profesional” – situadas en el extremo izquierdo del gráfico- .

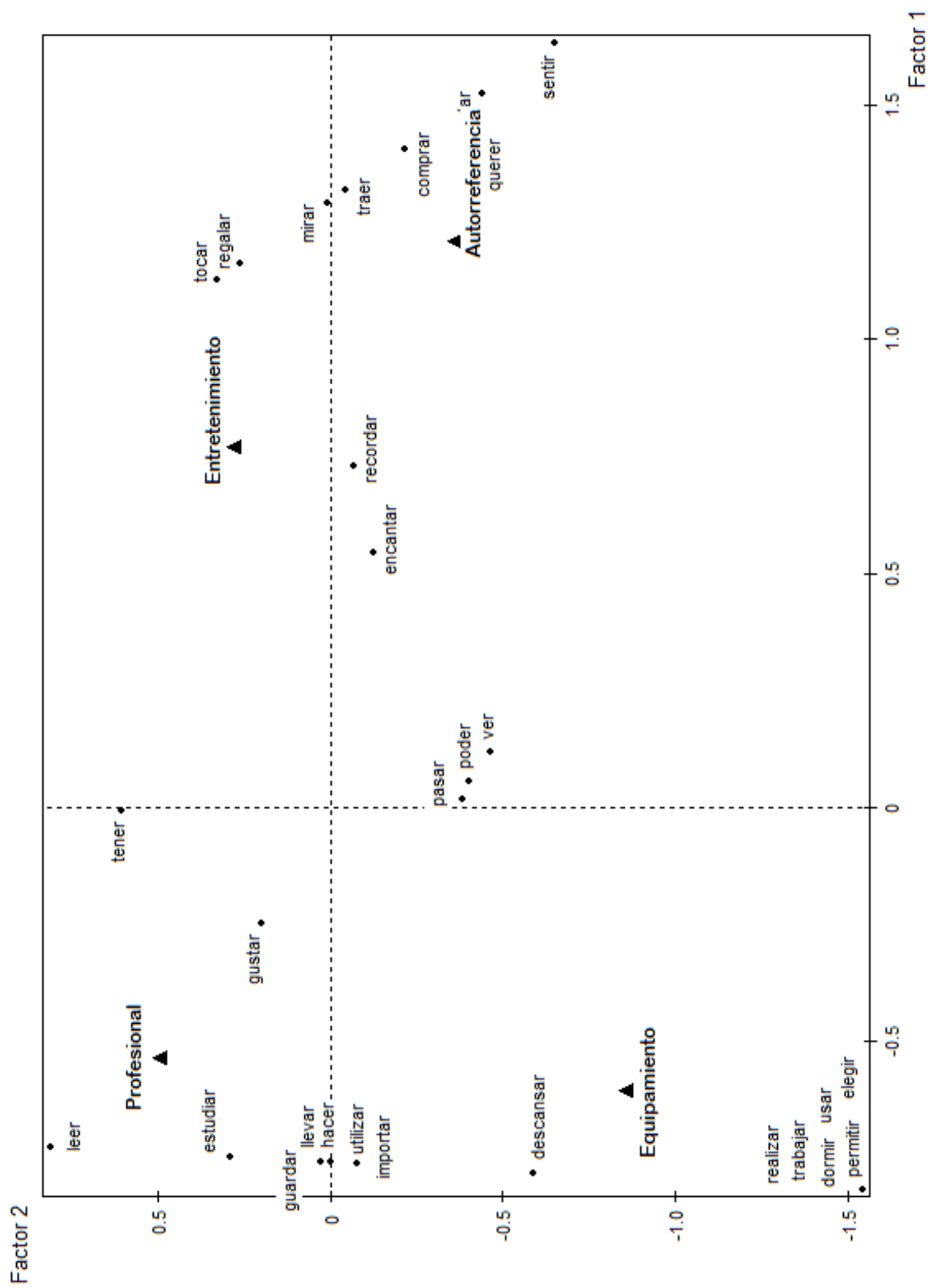


Figura 9.3. Análisis de correspondencias de los verbos utilizados en función de las subcategorías.

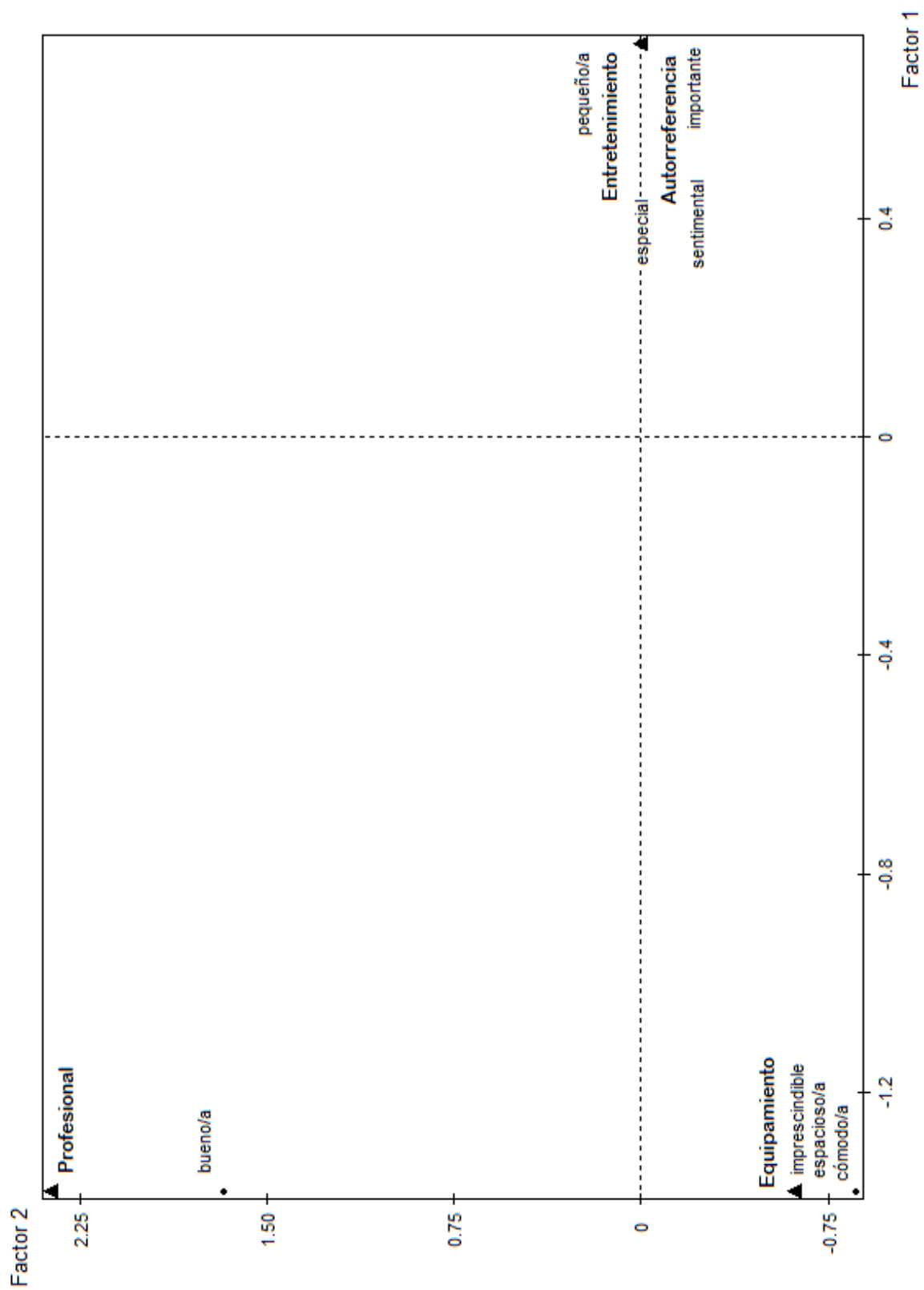


Figura 9.4. Análisis de correspondencias de los adjetivos utilizados en función de las subcategorías.

9.4. Discusión general.

En los dos primeros estudios se ha tratado de construir una lista de objetos representativos de dormitorios de estudiantes para así poder comprobar si personas con características sociodemográficas similares a los propietarios, organizan los objetos en torno a las categorías Funcional y Simbólico. Además, en el tercero de los estudios se ha analizado si los discursos utilizados, para describir porqué un objeto es favorito, por los participantes son diferentes en función de si se habla de un objeto funcional o un objeto simbólico.

En el estudio piloto, se ha podido observar cómo la muestra de participantes consideraba que sus dormitorios les representan en una gran medida, lo que permite considerar que la muestra seleccionada es suficientemente adecuada para extraer una lista de objetos representativos. Esta lista, compuesta por 47 objetos, ha sido a su vez categorizada por la investigadora y un experto en las categorías de Funcional y Simbólico. Esta categorización ha permitido observar que más de la mitad de los objetos denominados por los propietarios como “favoritos” son objetos simbólicos, mientras que la presencia de objetos funcionales es un poco inferior. Sin embargo, esta categorización no sirve más que a título informativo, puesto que el estudio realizado en segundo lugar, ha permitido conocer con más detalle y exactitud las categorías en las que se agrupan estos objetos.

El segundo estudio ha puesto de manifiesto que, efectivamente los objetos se agrupan a priori en las categorías de Funcional y Simbólico, y que estas categorías están formadas por dos subcategorías cada una. Así, dentro de la categoría Funcional surgen las subcategorías “equipamiento” y “profesional”, mientras que en la categoría Simbólico, los resultados han mostrado dos subcategorías subyacentes; “autorreferencia” “entretenimiento”. Por tanto, la categoría Funcional contiene objetos con una utilidad práctica y que pueden ser vistos como instrumentos para alcanzar un fin o para poder manipular el entorno, y la categoría Simbólico contiene objetos que poseen una función de expresión del self. Sin embargo, no se han encontrado diferencias en cuanto a la preferencia de objetos en función de si el propietario es varón o mujer.

Respecto al procedimiento e instrumento utilizado en estos dos estudios, es necesario realizar, al menos dos apuntes. En primer lugar, el cuestionario solicitaba a los participantes que dijese sus 5 objetos “favoritos”, y es esta última palabra la que puede generar un poco de controversia. Si bien se escogió utilizar esta palabra y el procedimiento seguido por Prentice (1987) para motivar o inducir las respuestas de los participantes, en las investigaciones estudiadas en el capítulo anterior se ha podido observar cómo el adjetivo utilizado para inducir este tipo de respuesta en los participantes varía. Así, en algunas investigaciones se usa el término “preciada” o “más preciada” (Kamptner, 1991; Kleine et al., 1995), en otras “amado” (Ahuvia, 2005), “más importante” (Tian y Belk, 2005), “especial” (Csikszentmihalyi, y Rochberg-Halton, 1981), “preferido” (Dittmar, 1991) y por último “favorito” (Kleine et al., 1995; Prentice, 1987). Es posible que esta variedad de adjetivos lleven a seleccionar objetos diferentes (Kleine y Baker, 2004), lo que puede llevar a que los resultados obtenidos varíen. En segundo lugar, el procedimiento utilizado para realizar la categorización ha sido criticado en muchas ocasiones (Kleine y Baker, 2004), ya que la mayoría de los investigadores realizaron ésta categorización por sí mismos (Csikszentmihalyi y Rochberg-Halton, 1981; Dittmar, 1991; Kamptner, 1991). Sin embargo, en esta investigación se ha optado por que sean legos los que la realicen, evitando el sesgo del investigador.

En el tercero de los estudios aquí presentados se han utilizados los datos obtenidos en el estudio piloto y las categorizaciones de los objetos obtenidas en el segundo estudio. En este caso, el objetivo era evaluar si los discursos, a través de los cuales los participantes expresaban las razones de por qué los objetos seleccionados eran considerados como favoritos, eran diferentes en función de si se hablaba de un objeto funcional o uno simbólico. Los resultados han permitido observar que los participantes utilizan verbos y adjetivos diferentes en función de si están hablando de un objeto funcional o simbólico. Así, cuando los participantes hablan de un objeto funcional utilizan verbos como estudiar, leer, hacer, usar o trabajar, y adjetivos como imprescindible, espacioso/a, cómodo/a y bueno/a. Mientras que si hablan de un objeto simbólico, los verbos que utilizan son recordar, encantar, regalar, sentir, representar, y adjetivos tales como importante, sentimental, pequeño o especial.

10. Inferencias sobre los propietarios a partir de sus posesiones en los dormitorios.

Tal y como se ha visto en los capítulos anteriores, los objetos, más allá de ser meros útiles que sirven a los seres humanos para su vida cotidiana, actúan como recordatorios de momentos pasados (Norman, 2004) convirtiéndose en “especiales” para su propietario (Belk, 1991) e incluso llegando a formar parte de su propio yo (Ahuvia, 2005). A pesar de esto, es importante tener en cuenta que no todos los objetos que se poseen acaban integrándose en ese yo extendido (James, 1989), sólo aquellos objetos hacia los que su propietario desarrolla un apego más emocional que funcional pasa a formar parte de su yo (Belk, 1992).

En el caso de los objetos utilizados para los estudios del capítulo 9, los participantes indicaron aquellos objetos que ellos consideraban como sus favoritos o los más especiales dentro de sus dormitorios. Si se realiza una revisión de las razones por las cuales estos objetos eran escogidos, en la mayoría de los casos se puede apreciar cómo las razones que daban los participantes iban más allá de la utilidad inicial, llegando a exponer argumentos que, en palabras de Belk (1991), desafían explicaciones racionales y sensatas. Así, en esta ocasión se han obtenido un número limitado de objetos, por participante, que puede considerarse que forman parte del yo extendido de su propietario.

Así mismo, existe un amplio consenso entre los investigadores relativo a la categorización de estos objetos favoritos o preferidos. Por un lado se encuentran los objetos Funcionales o Instrumentales que son definidos como objetos que facilitan el control sobre el entorno (Dittmar, 1991), proporcionan beneficios directos (Prentice, 1987) y promueven la actividad (Kamptner, 1991). Por otro lado están los objetos Simbólicos, definidos como objetos más contemplativos (Kamptner, 1991), que permiten al propietario rememorar situaciones y relaciones que son importantes para él (Prentice, 1987), y que se encuentran vinculados a la expresión del self, además de poseer un componente emocional y cognitivo (Dittmar, 1991). Análoga a esta

categorización es la realizada por Csikszentmihalyi y Rochberg-Halton (1981) quienes establecieron una primera categoría determinada por los polos de Acción-Contemplación, y una segunda cuyos polos eran Orientado hacia el self-Orientado hacia los otros. En lo relativo a la investigación llevada a cabo en el capítulo 9 acerca de la categorización de los objetos favoritos, los resultados han confirmado la existencia de las dos categorías Funcional y Simbólico, pero además han mostrado que estas dos categorías se componen de dos subcategorías cada una: “equipamiento” y “electrónico” para Funcional, y “autorreferencia” y “entretenimiento” para Simbólico.

De esta forma, hasta el momento se ha estudiado qué tipos de objetos son los preferidos de los estudiantes universitarios, así como la categorización de éstos en Funcional y Simbólico, pero hasta ahora no se ha abordado de manera empírica el que los objetos puedan ser comunicadores de inferencias de personalidad del propietario. Esta hipótesis pretende abordarse con el modelo teórico del MCE de Fiske et al. (2002). Tal y como ya se ha visto previamente en el capítulo 6, este modelo sostiene que las personas al conocer a los otros quieren saber cuáles son sus intenciones (Cordialidad) y qué capacidades tienen para poder llevar a cabo esas intenciones (Competencia). Estas dos dimensiones han sido objeto de estudio en diferentes ámbitos, tanto en el estudio de percepción de personas como de grupos, así como percepción de marcas o de animales, entre otros. Así mismo, los diferentes investigadores han establecido diferentes nombres para estas dos dimensiones, si bien es cierto que la descripción y el sentido de las mismas es básicamente común en todas las investigaciones (Cuddy et al., 2008).

Dentro de las diferentes denominaciones que se le han otorgado a estas dos dimensiones se encuentra la realizada por Hofstede (1980), quien considera la Cordialidad como Colectivismo, en el sentido de estar orientado hacia la comunidad, la solidaridad o la familia; y la Competencia como Individualismo, en el que se valora la eficiencia y los logros individuales. Esta idea sigue la misma línea de que los rasgos de Cordialidad son más importantes para las personas que se relacionan con la persona a evaluar, mientras que los rasgos de Competencia benefician principalmente a esa persona (Peeters, 2002). Esta dicotomía de los Otros-Yo, también está presente en los estudios de la categorización de los objetos. Por ejemplo, Kleine et al. (1995)

encontraron que los objetos más preciados podían estar relacionados con las otras personas, mostrando un sentimiento de afiliación, o bien podían reflejar aspectos de la individualidad del propietario, mostrando autonomía. La investigación de Csikszentmihalyi y Rochberg-Halton (1981) también es un buen ejemplo, en ella los autores establecen que una de las dimensiones en las que se categorizan los objetos se basa en los polos de orientado hacia el self-orientado hacia los otros. Pero además, en la mayoría de las investigaciones al establecer las diferencias encontradas en los diferentes grupos de edad o género, la mayoría de los autores aduce que los objetos Funcionales se refieren más hacia objetivos y hacia una expresión de la intencionalidad individual, mientras que los objetos simbólicos se refieren a recuerdos en los que generalmente se encuentran involucradas terceras personas (Belk, 1988; Csikszentmihalyi, y Rochberg-Halton, 1981; Kamptner, 1991; Yuste y Gonzalez, 1998). Por tanto parece que puede existir una relación entre la categoría Funcional y la dimensión de Competencia y entre la categoría Simbólico y la dimensión de Cordialidad, habida cuenta de que ambas parecen tener en común la preponderancia del “yo mismo” frente a los otros.

Teniendo en cuenta la afirmación de Solomon (2008) de que se puede elaborar una biografía precisa de un propietario tan sólo catalogando los objetos que se encuentran en su dormitorio, en este capítulo se pretende estudiar si es posible evaluar a un propietario en términos de Cordialidad y Competencia en función de determinados objetos, así como estudiar cómo se relacionan los objetos funcionales y simbólicos y los rasgos de personalidad propios del MCE.

10.1. Método:

Participantes:

Los participantes en este estudio fueron 277 alumnos de la Facultad de Psicología de UCM de los cuales el 74,5% eran mujeres. La media de edad fue de 21,00 ($DT = 2,13$). Todos los participantes cumplieron el cuestionario de manera voluntaria.

Instrumento y procedimiento:

Se elaboró un cuestionario online (Anexo E) que nombraba los 46 objetos obtenidos en el estudio piloto del capítulo 9⁸. Los participantes debían de evaluar cada uno de los objetos, presentados de forma aleatoria, en la escala del Modelo de Contenido de los Estereotipos (Aragonés et al., 2015) compuesta por las dimensiones de Cordialidad y Competencia que se definen con cuatro ítems cada una: Cordialidad (amigable, cordial, amable, agradable), y Competencia (competente, habilidoso/a, inteligente, eficaz). En el cuestionario se solicitaba a los participantes que contestasen basándose en cómo creían que la sociedad española percibe a un joven universitario que tenga en su dormitorio cada uno de los objetos. Los ítems estaban medidos en una escala Likert de 9 puntos, donde 1 era “en absoluto” y 9 “extremadamente”, además se añadió la opción “no aplicable”, para que fuese marcada en el caso de que el participante considerase que no era posible aplicar alguno de los adjetivos a un objeto. Para evitar la fatiga en los participantes, la muestra se dividió en dos mitades ($n_1 = 138$, $n_2 = 139$) con distribuciones similares en género y edad, completando cada muestra el cuestionario referente a 23 objetos.

10.2. Resultados:

En primer lugar se calcularon los porcentajes de las respuestas registradas como “no aplicables” para cada uno de los objetos en las dimensiones de Cordialidad y Competencia. Estos valores indican el número de veces que cada uno de los objetos ha sido calificado por los participantes, como mínimo en uno de los cuatro adjetivos que componen cada dimensión, como no aplicable en Cordialidad y Competencia. Ordenando estos porcentajes, se puede observar (Tabla 10.1.) cuáles de los objetos han obtenido mayores porcentajes de “no aplicable” y por tanto han sido calificados

⁸ En esta investigación se ha decidido eliminar uno de los objetos (Corcho de pared) debido a los resultados obtenidos en el análisis de cluster del estudio 1. En este análisis se podía observar como este objeto se unía con su conglomerado (N1; mobiliario) en uno de los últimos pasos- concretamente en la Etapa 42-, disminuyendo la similaridad de éste nodo de 38.20 a 25.09. Según Hair et al. (1999) es en este paso, durante el cálculo de la matriz de similitudes, donde los valores atípicos pueden ser identificados y donde se puede determinar si éstos distorsionan la verdadera estructura de los conglomerados, por lo que se decidió eliminar este objeto al observar el dendrograma de los conglomerados -Figura 9.1.- y al comparar los porcentajes de similitudes (incluyendo o excluyendo este objeto).

en menor medida por los participantes en la correspondiente escala. Se ha establecido como punto de corte para todos los valores, aquellos que hayan sido calificados como “no aplicables” en un porcentaje igual o superior al 15%.

Tal y como se puede observar en la Tabla 10.1., hay un total de 20 objetos que han sido calificados como “no aplicables” en alguna de las dos dimensiones (Cordialidad y Competencia). Más concretamente, aunque 12 de ellos tienen porcentajes superiores al 15% en ambas dimensiones; se han encontrado 4 objetos (figura, crucifijo, peluche y foto) que tienen un porcentaje superior al 15% sólo en la dimensión de Competencia, y los 4 objetos restantes (lámpara, mesa, despertador y abrecartas) que tienen un porcentaje superior al 15% sólo en la dimensión de Cordialidad.

Tabla 10.1.
Porcentajes de "no aplicable" superiores al 15% en alguna de las dimensiones del MCE (n = 277).

	Cordialidad %	Competencia %
Armario	33.93	26.25
Edredón	31.25	29.82
Cama	30.04	28.42
Cómoda	30.00	23.75
Cortinas	26.62	23.92
Estantería	26.61	15.11
Silla	26.08	18.71
Cojín	25.18	26.61
Espejo	16.37	19.24
Aire acondicionado	30.00	23.21
Jarrón	20.68	17.09
Estrella de mar	16.01	16.37
Figura	14.64	16.07
Crucifijo	14.21	22.30
Peluche	6.65	16.73
Foto	3.75	21.07
Lámpara	26.43	14.29
Mesa	22.84	9.89
Despertador	19.82	8.04
Abrecartas	18.71	10.61

De los 12 objetos que tienen porcentajes superiores al 15% en ambas dimensiones, se puede observar como 10 de ellos pertenecen a Funcional y los 2 restantes (jarrón y estrella de mar) a Simbólico. De hecho, de los 10 objetos

pertenecientes a la categoría Funcional, 9 de ellos forman parte de la subcategoría “mobiliario” (contenida en “equipamiento”). Por otra parte, los 4 objetos que han obtenido puntuaciones superiores al 15% en la dimensión de Competencia (figura, crucifijo, peluche y foto) pertenecen a la categoría de objetos simbólicos, mientras que los 4 objetos que han obtenido puntuaciones superiores al 15% en la dimensión de Cordialidad (lámpara, mesa, despertador y abrecartas) pertenecen a la categoría de objetos funcionales.

Antes de pasar a estudiar en qué medida las dimensiones de Cordialidad y Competencia se relacionan con los elementos que representan a los residentes de los dormitorios, se procedió a realizar un análisis factorial de ejes principales con rotación varimax de la escala del MCE para comprobar que la misma está compuesta por dichas dimensiones. Para llevar a cabo este análisis fue necesario seleccionar de la muestra total (N=277), aquellos participantes que hubiesen respondido a todos los ítems, es decir, aquellos que no hubiesen contestado “no aplicable” para ninguno de los objetos en ninguno de los adjetivos. El número total de participantes que resultó de esta selección fue de 134, con una edad media de 21,23 (DT = 2,94), siendo el 75,4% mujeres.

Se realizó un análisis factorial de ejes principales con rotación Varimax el cual confirmaba que el cuestionario utilizado en este estudio se compone de dos factores, que explican un 69,2% de la varianza total ($KMO = 0,850$; $\chi^2 = 17273,482$, $p < 0,001$). En la matriz de componentes rotados (Tabla 10.2.) se puede observar cómo cada una de las variables se distribuye en los dos factores. En primer lugar las variables correspondientes a inteligente, eficaz, competente y habilidoso han obtenido cargas factoriales entre 0,634 y 0,873, conformando el factor denominado Competencia. En segundo lugar, las variables correspondientes a agradable, amable, amigable y cordial obtuvieron cargas factoriales entre 0,700 y 0,840, dando lugar al factor denominado como Cordialidad. Por último se realizó un análisis de fiabilidad con las puntuaciones directas de las respuestas dadas a los cuatro ítems de cada factor (Cordialidad y Competencia), obteniendo un valor $\alpha = 0,832$ para el factor Cordialidad y un valor $\alpha = 0,847$ para el factor Competencia.

Tabla 10.2.
Matriz de configuración de los componentes
rotados(varimax)⁹

	Competencia	Cordialidad
Inteligente	,873	
Eficaz	,868	
Competente	,812	
Habilidoso/a	,634	
Agradable		,840
Amable		,828
Amigable		,788
Cordial		,700

A continuación se procedió a analizar las diferencias existentes en las dimensiones de Cordialidad y Competencia en las diferentes categorías de los objetos. Para ello se llevó a cabo un análisis de diferencia de medias para muestras relacionadas. Este análisis muestra que al comparar las medias de las categorías Funcional y Simbólico en las dimensiones de Cordialidad y Competencia, la categoría Funcional produce diferencias significativas respecto a la categoría Simbólico tanto en Competencia ($M_F = 5,38$ y $M_S = 4,80$, $t(133) = 7,53$, $p < 0,001$) como en Cordialidad ($M_F = 4,83$ y $M_S = 5,25$, $t(133) = -5,36$, $p < 0,001$) (Tabla 10.3.). Así mismo, la prueba t para muestras relacionadas (Tabla 10.3.) indica diferencias significativas para la categoría Funcional en Cordialidad ($M = 4.83$) y Competencia ($M = 5.38$), $t(133) = 11.02$, $p < 0.001$; y para la categoría Simbólico en Cordialidad ($M = 5.25$) y Competencia ($M = 4.80$), $t(133) = -7.52$, $p < 0.001$. Obteniendo, en ambas comparaciones, la categoría Funcional puntuaciones mayores en Competencia y la categoría Simbólico en Cordialidad.

Las puntuaciones medias obtenidas en cada dimensión, para cada una de las subcategorías se puede observar en la Tabla 10.4. Para observar las posibles relaciones entre estas subcategorías y cada una de las dimensiones del MCE, se realizó un ANOVA de medidas repetidas para las dimensiones de Cordialidad ($F(3,131) = 18,624$, $p < 0,001$, $\eta^2 = 0,299$) y Competencia ($F(3,131) = 150,694$, $p < 0,001$, $\eta^2 = 0,775$), observando que existen diferencias significativas entre los grupos (Tabla 10.4.).

⁹ Se han eliminado todas las cargas factoriales con valores inferiores a 0,5 ya que, según Hair et al. (1999) para poder obtener un nivel de potencia del 80% para el análisis factorial, con el número de participantes en esta muestra ($N = 134$) los valores de las cargas factoriales sólo se considerarán significativos a partir de 0,50.

Tabla 10.3.
Diferencia de medias en las dimensiones del MCE
(*N* = 134)

	Cordialidad		Competencia
Funcional	4,83a	<	5,38a
Simbólico	5,25b	>	4,80b

En cada fila, hay diferencias entre las medias ($p < 0.001$) si aparecen alguno de los símbolos: > <. En cada columna, las medias que no comparten subíndice son significativamente diferentes ($p < 0.001$).

Así mismo, para poder comparar las diferencias entre cada una de las subcategorías se utilizó el estadístico Chi cuadrado con la corrección de Bonferroni. En la dimensión de Cordialidad, todas las subcategorías son diferentes significativamente respecto de las demás ($p < 0,001$) a excepción de “equipamiento” ($M = 5,12$) y “autorreferencia” ($M = 5,15$, $p < 0,05$) y “equipamiento” y “profesional” ($M = 5,01$, $p = 1,000$). En cuanto a la dimensión de Competencia se encontraron diferencias significativas al comparar todas subcategorías entre sí ($p < 0,001$) (Tabla 10.4.).

Tabla 10.4.
Puntuaciones medias en Cordialidad y Competencia en cada sub categoría

	Cordialidad		Competencia
Equipamiento	4,90a	<	5,12a
Profesional	5,01a	<	6,92b
Autorreferencia	5,15c	>	4,76c
Entretenimiento	5,55d	>	4,53d

En cada fila, hay diferencias entre las medias ($p < 0.001$) si aparecen alguno de los símbolos: > <. En cada columna, las medias que no comparten subíndice son diferentes ($p < 0.001$), exceptuando en Cordialidad: a y c ($p < 0.05$).

Por lo que respecta a la diferencia entre Cordialidad y Competencia en cada subcategoría, se ha observado cómo todas las subcategorías tienen puntuaciones medias diferentes significativamente en ambas dimensiones. Así, las subcategorías pertenecientes a Funcional han obtenido puntuaciones superiores en la dimensión de Competencia frente a Cordialidad: “equipamiento” ($M_{comp} = 5,12$, $M_{cord} = 4,9$, $t(133) = 4,10$, $p < 0,001$) y “profesional” ($M_{comp} = 6,92$, $M_{cord} = 5,01$, $t(133) = 18,28$, $p < 0,001$), mientras que las subcategorías pertenecientes a Simbólico han obtenido puntuaciones superiores y significativas en la dimensión de Cordialidad frente a

Competencia: “autorreferencia” ($M_{comp} = 4,76$, $M_{cord} = 5,15$, $t(133) = -5,48$, $p < 0,001$), y “entretenimiento” ($M_{comp} = 4,53$, $M_{cord} = 5,55$, $t(133) = -11,07$, $p < 0,001$) (Tabla 10.4.).

10.3. Discusión:

De acuerdo con el objetivo de este estudio, los resultados muestran que existe una relación entre los objetos del dormitorio y las dimensiones de Cordialidad y Competencia correspondientes al MCE. Aunque necesitan hacerse matizaciones a partir de los resultados empíricos presentados.

En primer lugar, y en referencia a las diferencias de medias en cuanto a las categorías Funcional y Simbólico, los resultados indican que los objetos funcionales puntúan de forma significativa, y con valores superiores a los simbólicos, en Competencia, mientras que los objetos simbólicos lo hacen, en mayor medida que los funcionales, en Cordialidad. También se ha observado que las subcategorías “equipamiento” y “profesional” (funcionales) han obtenido puntuaciones superiores significativas en Competencia, y que “autorreferencia” y “entretenimiento” (simbólicos) las han obtenido en Cordialidad. Estas diferencias continúan mostrando que parece haber una relación entre Funcional-Competencia y Simbólico-Cordial, respaldando la idea común de que los objetos simbólicos como fotos, recuerdos de viajes, regalos especiales (atrapasueños, etc.) son más propios de una persona amigable, cordial, amable, mientras que objetos funcionales como el ordenador, los apuntes y libros de la carrera, parecen ser más propios de una persona eficaz, inteligente, competente.

Sin embargo, es necesario comentar lo observado respecto a la respuesta “no aplicable”. Estos valores resultan informativos acerca de la atribución de rasgos de personalidad a los propietarios de los objetos. Así, los objetos que superaban el 15% de puntuaciones marcadas como “no aplicables” en Competencia pertenecían a la categoría Simbólico, mientras que los objetos que superaban estas puntuaciones en Cordialidad pertenecían a la categoría Funcional. Estos resultados sugieren que determinados objetos son buenos indicadores de una de las dimensiones, mientras

que para la otra no sugieren ningún valor (Por ejemplo peluche informa de Cordialidad y mesa de escritorio de Competencia, pero no son muy buenos indicadores a la inversa).

Además, de los 12 objetos que superaban estos porcentajes en ambas dimensiones (Cordialidad y Competencia), 9 de ellos pertenecen al grupo de “mobiliario” -Funcional- que se agrupan en la subcategoría de “equipamiento”, lo que lleva a plantearse que tal vez el “mobiliario” no tenga una distribución muy clara dentro de las dimensiones del MCE. De hecho, observando los porcentajes de “no aplicables” en general, parece ser que estos objetos básicos del dormitorio, y de los que se hace un uso cotidiano, no son unos indicadores muy definitorios de la cordialidad o la competencia de su propietario.

De este trabajo se infiere que puede ser preciso plantearse la posibilidad de variar alguna de las decisiones tomadas para futuras investigaciones. En primer lugar, parece necesario considerar que el número de elementos dentro de cada categoría era diferente entre las mismas, pudiendo ser el causante de la falta de diferenciación entre subcategorías, especialmente entre “equipamiento” y “profesional”. Así mismo, queda por reflexionar el hecho de que la dimensión de Cordialidad ha obtenido puntuaciones medias muy similares entre sí, provocando una menor discriminación entre subcategorías. Es posible que este hecho también se deba a los objetos utilizados en cada una de las subcategorías, si bien es cierto que en los trabajos llevados a cabo por Fiske et al. (2002) sus resultados apuntan en la misma dirección, es decir, una mayor dispersión de las respuestas en la dimensión de Competencia, frente a una mayor concentración en las puntuaciones en Cordialidad. Otra posible orientación, que permitiría estudiar la relación entre los objetos funcionales y simbólicos y los rasgos de Cordialidad y Competencia, podría ser el Test de Asociación Implícita (en inglés *IAT*), en el que por medio de una aplicación informática se solicitaría a los participantes que asociasen los objetos en función de las dos dimensiones de Cordialidad y Competencia. Pudiendo comprobar de esta forma las verdaderas asociaciones realizadas por los participantes de una forma intuitiva, y hasta casi inconsciente, entre los objetos funcionales y simbólicos y las dimensiones de Cordialidad y Competencia.

11. Conclusiones generales.

En este trabajo, se ha puesto en evidencia cómo las inferencias sobre los desconocidos, en base a sus dormitorios, permite a los observadores elaborar una imagen acerca del habitante. Este hecho se ha llevado a cabo poniendo el énfasis en tres pilares: el dormitorio, el habitante y los objetos que posee. Para ello, se han dedicado sendos capítulos teóricos y empíricos a cada uno de estos tres pilares.

En este último capítulo de conclusiones generales, no se pretende un resumen y repetición de las conclusiones detalladas en cada capítulo empírico, si no que se realizará un análisis de los hallazgos encontrados en conjunto, detallando las tipologías encontradas, tanto de dormitorios, propietarios y objetos, así como un análisis de las diferencias de género encontradas en todos los trabajos empíricos realizados.

Diferencias de género:

Tal y como ha podido observarse en los diferentes trabajos empíricos desarrollados, tanto a la hora de realizar inferencias acerca de los propietarios como a la hora de describir en términos descriptivos y connotativos los dormitorios, es importante tener en cuenta el género del residente. Así mismo, en el capítulo de las características de los dormitorios se ha puesto de manifiesto que el género de los observadores también influye en la percepción de dichas características. De esta forma, a la hora de evaluar el agrado y el atractivo estético de los dormitorios se ha podido comprobar que las puntuaciones otorgadas por observadores varones y mujeres a los dormitorios difieren en función del género del residente. Así, al evaluar los dormitorios de varones, en agrado y atractivo estético, las observadoras mujeres puntuaron éstos de manera significativamente menor que los observadores varones. Sin embargo, al evaluar los dormitorios de mujeres, ambos grupos de observadores han considerado estos dormitorios como igual de agradables y atractivos estéticamente. Si se comparan las puntuaciones obtenidas por ambos géneros de

propietarios, independientemente del género del observador, los resultados han mostrado que los dormitorios de mujeres son percibidos como más agradables, más atractivos estéticamente y más organizados físicamente que los de los varones. No obstante, no se han encontrado diferencias en las puntuaciones obtenidas para los dormitorios de ambos géneros de propietarios en la dimensión de activación.

Por lo que respecta a la inferencia de características de la personalidad, llevado a cabo en el capítulo 7, se ha comprobado que el género de los observadores no influye en la puntuaciones dadas a los propietarios en Cordialidad y Competencia, pudiendo observarse que los varones son percibidos como iguales en términos de Cordialidad y Competencia, mientras que las mujeres se perciben como más cordiales que competentes. Si se comparan estas puntuaciones entre ambos géneros se puede observar que varones y mujeres son percibidos como similares en términos de Competencia, pero que las mujeres son consideradas como más cordiales que los varones. Estos resultados atienden al estereotipo de género (Fiske et al., 2007; Wojciszke et al., 2009) considerándose que el rol de género, en el caso de las mujeres, enfatiza la Cordialidad sobre la Competencia (Abele y Wojciszke, 2007; Abele, 2003). Quizás, tal y como Pérez-López (2011) pone de manifiesto, sea necesario controlar este aspecto en investigaciones ulteriores prestando atención a la imagen que los residentes de ambos géneros tienen de sí mismos.

Dormitorios excitantes y angustiantes:

A través de las puntuaciones otorgadas en las dimensiones de agrado y activación, se ha desarrollado una tipología de dormitorios según el modelo propuesto por Russell y Pratt (1980). En este modelo los espacios son clasificados como angustiantes, excitantes, relajantes y aburridos, en función de las puntuaciones obtenidas en las dos dimensiones. En el trabajo empírico realizado, los resultados han mostrado una percepción bastante generalizada de dormitorios angustiantes y excitantes, si bien también se han podido observar un pequeño número de dormitorios categorizados como relajantes y aburridos. Tanto los dormitorios angustiantes como los excitantes se caracterizan por haber obtenido altas

puntuaciones en la dimensión de activación. Al tratarse de dormitorios de estudiantes que cohabitan con sus padres el único espacio que éstos tienen la potestad de manipular y adaptar a su gusto, esto es, personalizar, es el dormitorio. Es por ello que en estos dormitorios el número de objetos y señales expuestas en el mismo se encuentran más acumulados o amontonados, produciendo una sensación de mayor complejidad (Berlyne, 1974) que redundando en una mayor activación.

El análisis relativo a las características descriptivas de estos dos tipos de dormitorios, ha permitido observar que los dormitorios excitantes son considerados como más atractivos estéticamente y más organizados físicamente. Así mismo la comparación de puntuaciones obtenidas en las dimensiones de la personalidad de Cordialidad y Competencia, para estos dos tipos de dormitorios, han mostrado que los propietarios de los dormitorios excitantes son considerados como más cordiales y más competentes que los residentes en dormitorios angustiantes. A pesar de ello, los propietarios de ambos tipos de dormitorios han sido percibidos como igual de competentes que cordiales. Si se atiende a la representación de géneros de propietarios en cada uno de los tipos de dormitorios, se ha podido observar cómo los dormitorios angustiosos son habitados por un mayor número de varones, mientras que los excitantes pertenecen en mayor medida a mujeres. En esta ocasión vuelve a ser patente el rol de género, proporcionando una mayor Cordialidad que Competencia a los dormitorios excitantes, mayoritariamente habitados por mujeres. Así mismo, el que estos dormitorios sean considerados como más atractivos estéticamente y más organizados físicamente también se encuentra en la línea de las diferencias de género, en la que se considera que las mujeres son más sensibles, estéticas, sentimentales que los varones (Del Giudice, Booth, y Irwing, 2012), dando una mayor importancia a los objetos personales y afectivos (Aragón y Pérez-López, 2009). Futuras investigaciones deberían ser llevadas a cabo con el objetivo de poder evaluar las cuatro tipologías de dormitorios aquí propuestas, así como operacionalizar las señales o claves que están presentes en cada tipo de dormitorio, en busca de una explicación más exhaustiva para la categorización de los dormitorios en estos cuatro tipos.

Propietarios percibidos como más o menos competentes:

En lo referente a las características de la personalidad inferidas a través de la observación de los dormitorios, en este trabajo empírico se ha elaborado una taxonomía de dormitorios, basada en las dimensiones de Cordialidad y Competencia. Esta categorización, llevada a cabo a través de un análisis de cluster, ha permitido observar que los dormitorios se clasifican en dos grupos, diferenciados por la Competencia percibida. Sin embargo, esta diferenciación no se ha dado en cuanto a la dimensión de Cordialidad. Este hecho es similar a los análisis de cluster realizados por (Fiske et al., 2002) quienes observaron que una mayor variabilidad en la Competencia daba lugar a una menor diferenciación en la Cordialidad. A pesar de ello, si se observan las puntuaciones en ambas dimensiones para cada uno de los grupos, los resultados muestran que el conglomerado 1 se compone de dormitorios pertenecientes a propietarios considerados como más cordiales que competentes, mientras que el conglomerado 2 se compone de dormitorios de propietarios observados como más competentes que cordiales. De manera independiente a este último resultado, se ha considerado que la denominación de estos dos conglomerados debía de hacerse en base a las diferencias encontradas entre los dos grupos (intergrupales), de tal forma que la diferenciación en Competencia es lo que ha llevado a nombrar el conglomerado 1 como *“propietarios menos competentes”* y al conglomerado 2 como *“propietarios más competentes”*.

Otro aspecto del que se deriva esta diferenciación en Competencia, y la falta de la misma en Cordialidad, es la distribución de las puntuaciones otorgadas a los propietarios en dichas dimensiones. Independientemente del género del propietario, estas puntuaciones se distribuyen siempre en los cuadrantes positivos de ambas dimensiones, lo que inevitablemente conduce a una menor diferenciación, tal y como ya se ha puesto de manifiesto anteriormente. Si se tiene en cuenta que tanto la muestra de propietarios como los observadores son todos estudiantes universitarios, con edades y nivel de estudios similares, parece obvio que los observadores hayan considerado a los propietarios como miembros de su mismo grupo, es decir, de su endogrupo. Esta observación no es un hecho aislado, sino todo lo contrario, ya que son varias las investigaciones que avalan que el favoritismo hacia el endogrupo puede

llevar a una evaluación similar en términos de las dimensiones de Cordialidad y Competencia (Cuddy et al., 2008; Fiske et al., 2007; Judd et al., 2005). Así mismo, es posible también que el efecto halo esté influyendo en estos resultados, produciendo que las personas evaluadas positivamente en una dimensión lo sean también en la otra (Rosenberg et al., 1968).

Por lo que respecta a la distribución de los atributos descriptivos y connotativos de los dormitorios, en base a los dos grupos aquí expuestos, los resultados han permitido observar que los dormitorios de los “propietarios más competentes” han sido considerado como más agradables, más atractivos estéticamente y más organizados físicamente, en comparación con los “propietarios menos competentes”. La relevancia de esta relación radica en que la evaluación de un espacio en términos descriptivos y connotativos permite al observador realizar inferencias acerca de qué tipo de persona puede habitar dicho espacio (Ward y Russell, 1981). Así, parece que la mayor Competencia atribuida en estos dormitorios puede que se vea influenciada por un mayor agrado, atractivo estético y organización física de los mismos.

Objetos funcionales y simbólicos:

La categorización de objetos en funcionales y simbólicos aquí propuesta, es similar a las presentadas en investigaciones previas (Csikszentmihalyi y Rochberg-Halton, 1981; Dittmar, 1991; Kamptner, 1991), si bien en este trabajo empírico se ha optado por comprobar que, efectivamente, las personas categorizan los objetos preferidos en estas dos categorías, tal y como Prentice (1987) puso de manifiesto. Esta agrupación de objetos ha permitido observar que la categoría Funcional se compone de objetos con una utilidad práctica y que pueden ser vistos como instrumentos para alcanzar un fin o para poder manipular el entorno, mientras que la categoría Simbólico se compone de objetos que poseen una función de expresión del self, tanto para el propietario mismo como para los observadores.

La categoría Funcional se compone de dos subcategorías, denominadas como “equipamiento” y “profesional”. La primera de éstas está definida por objetos de uso

cotidiano que permiten a su propietario desarrollar las actividades más comunes en un dormitorio. Ésta subcategoría se compone a su vez de “mobiliario” y “electrónico”, categorías ya señaladas anteriormente por Csikszentmihalyi y Rochberg-Halton (1981) y por Aragonés y Pérez-López (2009) respectivamente. La subcategoría de “profesional” se refiere a objetos orientados hacia las metas u objetivos de la ocupación del propietario. En cuanto a la categoría Simbólico, ésta se compone de las subcategorías de “autorreferencia” y “entretenimiento”. “Autorreferencia” comprende objetos que son recordatorios de eventos y personas significativas en la vida del propietario, mientras que “entretenimiento” se compone de objetos que permiten al propietario disfrutar de su tiempo libre. Esta última subcategoría a su vez se subdivide en “juguetes” y “hobbies y aficiones”, la primera compuesta de objetos de la infancia sin un valor utilitario actual y la segunda formada por objetos con una alta funcionalidad pero que son utilizados con motivos de ocio y disfrute.

Esta diferenciación de las dos categorías también se ha hecho patente en los discursos utilizados por los propietarios a la hora de definir sus objetos favoritos. Así, en la definición de los objetos funcionales los verbos y adjetivos utilizados han mostrado una orientación hacia la utilidad y funcionalidad de dichos objetos, como por ejemplo “leer, hacer, trabajar” y “cómodo, bueno, imprescindible”; mientras que los verbos y adjetivos utilizados para la definición de los objetos simbólicos hacen referencia a los sentimientos y emociones que suscitan, como por ejemplo “recordar, regalar, sentir” y “especial, sentimental, importante”.

Respecto a la relación estudiada entre las categorías Funcional y Simbólico y las dimensiones de la personalidad de Cordialidad y Competencia, se ha podido observar que las personas que poseen objetos funcionales son evaluadas como más competentes, mientras que aquellas que poseen objetos simbólicos son consideradas como más cordiales. Así mismo, si se atiende a las subcategorías encontradas anteriormente, se ha podido comprobar cómo los objetos pertenecientes a las subcategorías “equipamiento” y “profesional” (funcionales) también están relacionados con una mayor Competencia de sus propietarios, mientras que los objetos que componen las subcategorías de “autorreferencia” y “entretenimiento” (simbólicos) indican una mayor Cordialidad. Así, estos resultados invitan a considerar

que cuando las personas hacen inferencias acerca de los otros, basándose en sus pertenencias, al observar una mayoría de objetos funcionales como por ejemplo, un ordenador, libros, o apuntes o notas, los observadores tienden a considerar a esta persona como más competente que cordial, mientras que si los objetos que predominan son, por ejemplo, fotos, *souvenirs*, o juguetes de la infancia, esta persona será evaluada como más cordial que competente. Así mismo, los objetos que han obtenido elevadas puntuaciones en la categoría de “no aplicable” resultan también de interés para este estudio empírico de los objetos. Tal y como se ha podido observar, entre aquellos objetos que cumplían el criterio establecido de “no aplicable”, los objetos que eran considerados como “no aplicables” en la dimensión de Competencia pertenecían a la categoría Simbólico, mientras que aquellos “no aplicables” en la dimensión de Cordialidad se englobaban en la categoría Funcional. Así, estos objetos parecen ser indicadores de una de las dimensiones, al mismo tiempo que excluyen automáticamente la otra dimensión.

Posibles limitaciones y orientaciones futuras:

En otro orden de cosas, de la investigación empírica aquí presentada es necesario poner atención a algunas cuestiones metodológicas, y posibles limitaciones de la investigación no comentadas anteriormente. En primer lugar, de la clasificación de dormitorios basada en la tipología elaborada por Russell y Pratt (1980) se ha podido observar que de la muestra total utilizada, la mayoría de los mismos se distribuían en dormitorios angustiantes y excitantes. Este hecho está posiblemente producido por la alta acumulación de objetos en los dormitorios de estudiantes, habida cuenta que éstos son un espacio limitado y reducido para su personalización, en comparación con una vivienda como suelen disponer los adultos. Ahora bien, ¿qué es lo que hace que los observadores consideren unos dormitorios como más agradables (excitantes) y los otros como menos (angustiantes)? Para poder responder a esta pregunta sería interesante desarrollar una investigación en la que se elabore una lista exhaustiva de todos los objetos que están presentes en dichos dormitorios, no sólo los favoritos,

para así tratar de establecer las claves que los observadores utilizan para inferir mayor o menor agrado y activación.

Respecto a las inferencias realizadas acerca de los rasgos de personalidad de los propietarios, se ha observado una falta de diferenciación en la dimensión de Cordialidad, en lo que a la taxonomía de dormitorios de propietarios más o menos competentes se refiere. Este hecho, atribuido a la alta variabilidad en la dimensión de Competencia (Fiske et al., 2002), puede estar producido por la inferencia de determinadas características sociodemográficas del propietario que median o influyen en la atribución de determinados rasgos de la personalidad (Oldmeadow y Fiske, 2007). Así, sería necesario controlar y evaluar qué características sociodemográficas del propietario, inferidas a través de la observación de dormitorios, pueden influir o incluso predecir determinados rasgos de la personalidad. Así mismo, es importante resaltar que en este trabajo empírico no se pueden hacer deducciones acerca de la precisión de las inferencias de los rasgos de la personalidad de los propietarios. Para ello, debería de solicitarse a los propietarios que completen una medida de la personalidad, así como que ésta medida sea completada también por un círculo reducido de personas cercanas al propietario, ya que utilizando esta combinación de respuestas se podrá obtener una medida más exacta y menos sesgada (Gosling et al., 2002) de la personalidad del propietario.

En referencia a los objetos representativos de los dormitorios, cabe resaltar la importancia de la terminología utilizada en los cuestionarios de recogida de datos. Así, en este trabajo empírico se ha tomado la terminología y el procedimiento utilizado por Prentice (1987), quien solicitaba a los participantes que seleccionasen sus 5 objetos “favoritos”. Lo que se desea en este momento es reflexionar acerca de la idoneidad o no del término, habida cuenta que, tal y como Kleine y Baker (2004) ponían de manifiesto, la utilización de diferentes adjetivos puede llevar a que los participantes seleccionen objetos diferentes. Esta limitación debería dar lugar a una investigación lingüística centrada únicamente en la variación de las respuestas elicítadas, según qué términos se utilicen, para así poder llegar a un consenso de cuál o cuáles términos son los más adecuados para obtener la esencia de los objetos que conforman el yo extendido.

Por último, señalar que dentro de las orientaciones futuras de este trabajo empírico, en la actualidad se está llevando a cabo un trabajo en colaboración con el Instituto Universitario de Lisboa (ISCTE) en el que se propone la creación de dormitorios simulados, por medio de realidad virtual, para poder manipular el número de objetos funcionales y simbólicos presentes en los dormitorios, pretendiendo así obtener una distribución de supuestos propietarios en los cuadrantes del MCE (alta cordialidad-alta competencia, alta cordialidad-baja competencia, baja cordialidad-alta competencia, y baja cordialidad-baja competencia).

Notas finales:

Antes de concluir, es necesario resaltar algunas de las implicaciones prácticas que se desprenden de este trabajo. En primer lugar, en este trabajo se ha podido observar cómo la vivienda está profundamente relacionada con algunos aspectos de la personalidad del propietario. De esta forma, en el ámbito del diseño de interiores y de la decoración, este trabajo puede ayudar a que los profesionales elaboren espacios más acordes con el futuro residente. Para ello, es necesario que el diseñador en cuestión se ponga en contacto con el propietario y le conozca personalmente, para así poder diseñar el espacio en base a cómo es el propietario, cuáles son sus objetivos, que es lo que le gusta hacer, cómo se imagina su vivienda ideal. Así, se obtendrá un espacio más acogedor y acorde con los intereses del propietario y en el que podrá verse reflejado desde un primer momento. Esta propuesta bien podría hacerse extensible a determinadas empresas de decoración, tales como Ikea, en las que el comprador medio no se plantea acudir a un diseñador de interiores, ya sea por motivos económicos o porque no lo consideran necesario. En este caso, el mobiliario y los útiles del hogar que se venden son ciertamente impersonales, y es aquí donde este trabajo podría aportar un valor añadido a los productos que venden, permitiendo a estas empresas ofertar una personalización del mobiliario escogido, adaptada al comprador, lo que podría proporcionar a éste una satisfacción añadida al poder diferenciarse del resto de compradores que adquirieran el mismo producto.

En segundo lugar, este trabajo puede tener una gran implicación en el diseño de los dormitorios, o las habitaciones, de ambientes institucionales. En las instituciones como los hospitales, las residencias de ancianos, orfanatos, se debería hacer hincapié o tratar de promover que los residentes personalicen el dormitorio donde se encuentran acorde a sus gustos y preferencias para poder incrementar la satisfacción y la calidad de vida de los residentes. Otro ambiente institucional, que merece una mención aparte de los anteriores, son las instituciones penitenciarias. En las prisiones generalmente se produce el proceso de deshumanización, a través del cual una persona o un grupo de personas pierden o son despojados de sus características humanas (Wener, 2012). Este proceso se da en todos los internos, inicialmente con el objeto de igualar a los presos y evitar futuros conflictos, pero varias investigaciones han demostrado que tiene una influencia negativa en la rehabilitación de los presos. Sin embargo, si trabajos similares a este se realizasen en instituciones penitenciarias, se podría poner en evidencia la importancia de mantener lazos con la vida más allá de los muros, lo que podría redundar en una mayor rehabilitación y reinserción del interno.

Para concluir, de la investigación empírica aquí presentada se deduce que los espacios primarios, en este caso los dormitorios, permiten realizar inferencias acerca de su residente. Estas inferencias son realizadas por los observadores en base a: el espacio habitado (el dormitorio), el residente, y los objetos que se distribuyen en el espacio, producto de la personalización del mismo. Así, el estudio de estos tres pilares, espacio, persona y posesiones, permitirán un acercamiento más preciso y global de la persona que habita dichos espacios.

12. General conclusions.

This work has demonstrated how inferences about strangers on the basis of their bedrooms allow observers to develop an image of the inhabitant. This project has been conducted with an emphasis on three pillars: the bedroom, the inhabitant and objects that the inhabitant possesses. To this end, theoretical and empirical chapters have been dedicated to each of these three pillars.

This last chapter of general conclusions is not intended as a summary and repetition of the findings detailed in every empirical chapter. Rather, an analysis of the findings as a whole is carried out, detailing the typologies found—of the bedrooms, owners and objects—as well as an analysis of gender differences found in all of the empirical work undertaken.

Gender differences:

As has been observed in the different empirical works undertaken, both when making inferences about the owners and when describing bedrooms in descriptive and connotative terms, it is important to consider the gender of the resident. Moreover, the chapter on the characteristics of the bedrooms showed that the gender of the observers also influenced the perception of these characteristics. Accordingly, when evaluating the pleasure and aesthetic attraction of the bedrooms, it has been possible to observe that the scores granted by male and female observers for the bedrooms differed according to the gender of the resident. In evaluating the bedrooms of males for pleasure and aesthetic attraction, women observers scored them significantly lower than male observers did. However, in assessing women's bedrooms, both groups of observers considered these bedrooms to be equally pleasant and aesthetically attractive. If one compares the scores awarded to both genders of owners, regardless of the gender of the observer, the results show that women's bedrooms were perceived as more pleasant, more aesthetically attractive and more physically

organized than those of males. However, no differences in scores for the bedrooms of either gender of owner were found for the arousal dimension.

With regard to the inference of personality characteristics carried out in chapter 7, It is found that the gender of the observers did not influence the scores given to the owners for Warmth and Competence, and that males were perceived as being the same in terms of Warmth and Competence, while women were perceived as more Warm than Competent. If these scores between both genders are compared, it can be seen that men and women were perceived as similar in terms of Competence, but that women were considered as warmer than males were. These results respond to gender stereotype (Fiske et al., 2007; Wojciszke et al., 2009), it being considering that, in the case of women, gender role emphasizes Warmth over Competence (Abele and Wojciszke, 2007; Abele, 2003). Perhaps, as Pérez-López (2011) makes clear, it is necessary to control this aspect in further research by paying attention to the image that the residents of both genders have of themselves.

Exciting and distressing bedrooms:

Through the scores awarded for the dimensions of pleasure and arousal, the typology of bedrooms proposed by Russell and Pratt (1980) has been developed. In it, spaces are classified as distressing, exciting, relaxing and gloomy, in accordance with the scores for the two dimensions. In the empirical work carried out, the results show a fairly widespread perception of distressing and exciting bedrooms, but it was also possible to observe a small number of bedrooms categorized as relaxing and gloomy. Both the exciting and the distressing bedrooms were characterized by having obtained high scores in the arousal dimension. Because this study focused on the bedrooms of students who cohabit with their parents, the only space that the owners have the power to manipulate and adapt to their own liking—that is, personalize—is the bedroom. For this reason, the objects and signals exhibited in these bedrooms are accumulated or piled up, producing a sensation of greater complexity (Berlyne, 1974), resulting in a higher arousal.

Analysis of the descriptive characteristics of these two types of bedroom revealed that exciting bedrooms are considered more aesthetically attractive and more physically organized. Moreover, the comparison of the scores given for the personality dimensions of Warmth and Competence for these two types of bedrooms has shown that the owners of exciting bedrooms were considered as warmer and more competent than residents of distressing bedrooms. Despite this, the owners of both types of bedrooms were perceived as being equally competent and warm. Looking at the representation of genders of the owners for each of the types of bedrooms shows that distressing bedrooms were inhabited by a greater number of males, while the exciting ones more often belonged to women. Once more the role played by gender is clear, providing a greater Warmth than Competence to the exciting bedrooms, which were mostly inhabited by women. Likewise, that these bedrooms were considered more aesthetically attractive and more physically organized is also a result of gender differences, according to which women are considered to be more sensitive, aesthetic and sentimental than men (Del Giudice, Booth, and Irwing, 2012) and to give greater importance to personal and emotional objects (Aragonés and Pérez-López, 2009). Future research should be carried out with the aim of evaluating the four typologies of bedroom suggested here and of operationalizing the signals or keys that are present in each type of bedroom, in search of a more comprehensive explanation for the categorization of the bedroom under these four types.

Owners perceived as more or less competent:

With regard to the personality characteristics inferred through the observation of bedrooms, through the empirical work carried out here a taxonomy of bedrooms based on the dimensions of Warmth and Competence has been developed. This categorization, carried out through a cluster analysis, brought about the observation that bedrooms are classified into two groups, differentiated by the perceived Competence. However, this differentiation was not present with regard to the Warmth dimension. This is similar to the cluster analysis performed by Fiske et al. (2002) , who observed that a greater variability in Competence gave rise to a lesser differentiation

in Warmth. In spite of this, if the scores in both dimensions for each of the groups are observed, the results show that cluster 1 consists of bedrooms belonging to owners regarded as more warm than competent, while cluster 2 consists of bedroom owners observed as more competent than warm. Independently of this latter result, it is considered that the designation of these two clusters must be made on the basis of the differences found between the two groups (intergroup), such that the differentiation in Competence is what led to cluster 1 being designated as *“less competent owners”* and cluster 2 as *“more competent owners”*.

Another aspect from which this differentiation through Competence is derived, and the lack thereof in Warmth, is the distribution of the scores awarded to the owners for these dimensions. Regardless of the gender of the owner, these scores were always in the positive quadrants of both dimensions, inevitably leading to a lesser degree of differentiation, as has already been highlighted. If one considers that both the sample of owners and the observers were all university students, with similar ages and levels of studies, it seems obvious that observers considered the owners as members of the same group—that is, their ingroup. This observation is far from an isolated fact, since there are several researchers that confirm that favouritism towards the ingroup can lead to a similar assessment in terms of the dimensions of Warmth and Competence (Cuddy et al., 2008; Fiske et al., 2007; Judd et al., 2005). Furthermore, it is also possible that the halo effect influenced these results, causing people who were evaluated positively in one dimension to also be positively evaluated in the other (Rosenberg et al., 1968).

With regard to the distribution of the connotative and descriptive attributes of bedrooms, based on the two groups described here, the results reveal that the bedrooms of the *“more competent owners”* were considered as more pleasant, more aesthetically attractive and more physically organized, in comparison with the *“less competent owners”*. The relevance of this relationship lies in the evaluation of a space in descriptive and connotative terms allowing the observer to make inferences about the type of person who might inhabit that space (Ward and Russell, 1981). It seems that the greater Competence attributed to these bedrooms may be due to the greater pleasure, aesthetic attraction and physical organization of them.

Functional and symbolic objects:

The categorization of objects into Functional and Symbolic proposed here is similar to that presented in previous research (Csikszentmihalyi and Rochberg-Halton, 1981; Dittmar, 1991; Kamptner, 1991), though in this empirical work the choice was made to verify that, in effect, people categorize favourite objects in these two categories, just as Prentice (1987) highlights. This grouping of objects brought about the observation that the Functional category is made up of objects that have a practical use and that can be seen as instruments to achieve a purpose or to manipulate the environment, whereas the symbolic category is made up of objects that possess a function of expressing the self, both for the owner himself or herself and for observers.

The Functional category has two subcategories, referred to as “equipment” and “professional.” The first of these is defined by objects for daily use that allow their owner to carry out the most common activities in a bedroom. This subcategory is composed in turn of “furniture” and “electronics”, categories already identified above by Csikszentmihalyi and Rochberg-Halton (1981) and by Aragonés and Pérez-López (2009) respectively. The subcategory of “professional” refers to objects oriented towards the goals or objectives of the owner’s occupation. The Symbolic category, meanwhile, is composed of the subcategories of “self-reference” and “entertainment”. “Self-reference” covers objects that are reminders of significant events and people in the life of the owner, while “entertainment” is made up of objects that allow the owner to enjoy their free time. This latter subcategory in turn is subdivided into “toys” and “hobbies and pastime”, the first of which is composed of childhood objects without a current utility value and the second of which is composed of objects that have a high functionality but that are used for leisure and enjoyment purposes.

This differentiation of the two categories was also apparent in the discourses used by the owners in defining their favourite objects. In the definition of functional objects, the verbs and adjectives used showed an orientation towards the utility and functionality of such objects—for example, “read, do, work” and “comfortable, good, essential”—while the verbs and adjectives used for the definition of symbolic objects

referred to the feelings and emotions that they stimulate, such as “remember, give, feel” and “special, sentimental, important”.

Regarding the relationship studied between the Functional and Symbolic categories and the personality dimensions of Warmth and Competence, it was revealed that people who have functional objects are evaluated as more competent, while those who have symbolic objects are considered as warmer. Likewise, if one considers the previously encountered subcategories, it becomes evident that objects belonging to the “equipment” and “professional” (functional) subcategories are also linked to greater Competence on the part of their owners, while the objects that make up the “self-reference” and “entertainment” (symbolic) subcategories indicate a greater Warmth. These results therefore invite us to consider that when people make inferences about others based on their belongings, if a majority of functional objects—a computer, books or notes, for example—are seen, observers tend to regard this person as more competent than warm, whereas if the objects that predominate are, for example, photos, souvenirs or children’s toys, this person will be evaluated as more warm than competent. Moreover, objects that obtained high scores in the category of “not applicable” are also of interest for this empirical study of objects. As has been observed, among the objects that met the established criteria of “not applicable”, the objects that were considered “not applicable” for the Competence dimension belonged to the Symbolic category, whereas “not applicable” objects in the Warmth dimension fell within the Functional category. These objects therefore seem to be indicators of one of the dimensions, at the same time as automatically excluding the other dimension.

Possible limitations and future directions:

On another note, with regard to the empirical research presented here it is necessary to pay attention to certain methodological issues and possible research limitations not discussed previously. Firstly, in relation to the classification of bedrooms based on the typology elaborated by Russell and Pratt (1980) , it has been revealed that from the total sample used, the majority of bedrooms were distributed

among distressing and exciting. This is probably a result of the high accumulation of objects in the students' bedrooms. These are a limited and small space for personalization in comparison with the dwellings that adults usually have control over, which inevitably leads to a greater complexity of the environment (Berlyne, 1974) , producing a high level of arousal in the observers. What is it that makes observers consider a bedroom as more pleasant (exciting) and others as less (distressing)? To respond to this question, it would be worthwhile to develop a research project in which an exhaustive list of all the objects that are present in these bedrooms, and not only the favourite ones, is drawn up, to establish keys that observers used to infer more or less pleasure and arousal.

In terms of the inferences made about the personality traits of the owners, It has been observed a lack of differentiation in the Warmth dimension, with regard to the taxonomy of bedrooms of more or less competent owners. This fact, attributed to the high variability in the Competence dimension (Fiske et al., 2002), may be the result of the inference of certain sociodemographic characteristics of the owner that mediate or influence the allocation of certain personality traits (Oldmeadow and Fiske, 2007). It would therefore be necessary to control and evaluate what sociodemographic characteristics of the owner, inferred through the observation of bedrooms, can influence or even predict certain personality traits. Likewise, it is important to highlight that this empirical work cannot make deductions about the accuracy of inferences of owners' personality traits. To this end, owners should be asked to complete a personality measure, and this measure should also be completed by a small circle of people close to the owner, since by using this combination of answers it will be possible to obtain a more accurate and less biased measure (Gosling et al., 2002) of the owner's personality.

In reference to objects that are representative of the bedrooms, it is important to emphasize the importance of the terminology used in questionnaires for data collection. Accordingly, this empirical work has taken the terminology and the procedure used by Prentice (1987), who requested that participants select their 5 "favourite" objects. What is desirable at this moment is to reflect on the suitability or otherwise of the term, taking into account that, as Kleine and Baker (2004) show, the

use of different adjectives can lead to participants selecting different objects. This limitation should lead to linguistic research that focuses only on the variation of responses elicited, according to what terms are used, so as to arrive at a consensus of which term or terms are the most appropriate to obtain the essence of the objects that make up the extended self.

Finally, it is worth noting that within the future orientations of this empirical work, currently a project is being conducted in collaboration with the University Institute of Lisbon (ISCTE) that proposes the creation of simulated bedrooms through virtual reality, to be able to manipulate the number of functional and symbolic objects present in the bedrooms, with the goal of obtaining a distribution of the supposed owners in the quadrants of the Stereotype Content Model (high warmth-high competence, high warmth-low competence, low warmth-high competence and low warmth-low competence).

Final remarks:

Before concluding, it is necessary to highlight some of the practical implications that emerge from this work. Firstly, in this work it has been observed how a dwelling is deeply related to certain aspects of the owner's personality. Thus, in the field of interior design and decoration, this work can help professionals develop spaces that are more in line with the future resident. To this end, it would be necessary for the designer in question to come into contact with the owner and get to know him or her personally, so as to be able to design the space based on what the owner is like, what his or her goals are, what he or she likes to do, and how he or she imagines his or her ideal dwelling. Through doing so, it would be easier to achieve a more welcoming space that is consistent with owners' interests and allow them to see a reflection of themselves in it right away. This suggestion could be extended to certain decoration companies, for example Ikea, where the average buyer does not consider consulting an interior designer, either for economic reasons or because they do not see it as necessary. In such a case, the furniture and household implements on sale are certainly impersonal, and this is where this work could provide an added value to the

products sold; it would allow these companies to offer a personalization of the furniture chosen so that it is adapted to the buyer, thereby providing added satisfaction to the buyer by allowing him or her to stand out from other buyers who acquire the same product.

Secondly, this work could have important implications for the design of the bedrooms or other rooms of institutional environments. In institutions such as hospitals, nursing homes and orphanages, emphasis should be placed on or an effort should be made in encouraging residents to customize their bedroom in accordance with their tastes and preferences so as to increase residents' life quality and satisfaction. Another institutional environment that is worth mentioning separately is prisons. A process of dehumanization usually occurs in prisons, through which a person or a group of people lose or are stripped of their human characteristics (Wener, 2012). This process is applied to all inmates—initially in order to make the prisoners equal and prevent future conflicts—but several investigations have demonstrated that it has a negative influence on the rehabilitation of prisoners. However, if similar works to this one are conducted in prisons, it may be possible to demonstrate the importance of maintaining ties with life beyond the prison walls, which could lead to a better rehabilitation and reintegration of the inmate.

To conclude, from the empirical research presented here it can be deduced that primary spaces, in this case bedrooms, allow inferences about their resident to be made. These inferences are made by observers based on: the space inhabited (the bedroom), the resident, and objects that are distributed in space, which are a product of the personalization of that space. The study of these three pillars—space, person and possessions—therefore allows a more accurate and global approach to the person who inhabits these spaces.

13. Referencias bibliográficas.

- Aaker, J. L. Garbinsky, E. N. y Vohs, K. D. (2012). Cultivating admiration in brands: Warmth, competence, and landing in the “golden quadrant”. *Journal of Consumer Psychology*, 38, 1063–1065.
- Abele, A. E. (2003). The dynamics of masculine-agentive and feminine-communal traits: Findings from a prospective study. *Journal of Personality and Social Psychology*, 85(4), 768–776.
- Abele, A. E., y Wojciszke, B. (2007). Agency and communion from the perspective of self versus others. *Journal of Personality and Social Psychology*, 93(5), 751–763. doi:10.1037/0022-3514.93.5.751
- Ahuvia, A. C. (2005). Beyond the Extended Self: Loved Objects and Consumers’ Identity Narratives. *Journal of Consumer Research*, 32(1), 171–184. doi:10.1086/429607
- Altman, I., y Chemers, M. (1984). *Culture and environment*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Amérigo, M., y Pérez-López, R. (2010). Ambientes residenciales. En J. I. Aragonés y M. Amérigo (Eds.), *Psicología Ambiental* (3ª ed., pp. 163–180). Madrid: Pirámide.
- Anguera, M. T. (1991). Metodología de la psicología ambiental. En U. de O. S. de Publicaciones (Ed.), *Psicología Ambiental. Etología* (pp. 53–66). Oviedo: Universidad de Oviedo.
- Aragonés, J. I. (2002). The Dwelling as Place: Behaviors and Symbolism. En J. I. Aragonés, G. Francescato, y T. Gärling (Eds.), *Residential environments. Choice, Satisfaction, and Behavior* (pp. 163–182). Wesport: Bergin y Garvey.
- Aragonés, J. I., Amérigo, M., y Pérez-López, R. (2010). Perception of personal identity. *Psicothema*, 22(4), 872–879.
- Aragonés, J. I., Amérigo, M., y Vercher, M. (1997). Evaluación de un programa de educación ambiental realizado en el contexto escolar. *Revista de Psicología Social Aplicada*, 7, 129–143.

- Aragonés, J. I., y Pérez-López, R. (2009). Personalización del dormitorio: descripción , sentimientos y conductas. *Medio Ambiente Y Comportamiento Humano*, 10(3), 287–301.
- Aragonés, J. I., Poggio, L., Sevillano, V., Pérez-López, R., y Sánchez-Bernardos, M. L. (2015). Medición de la Cordialidad y la Competencia en los niveles intergrupales, interindividual e individual. *Revista de Psicología Social*.
- Ariès, P., y Duby, G. (2001). *Historia de la vida privada. Vol. 1 a 5*. Madrid: Taurus.
- Asch, S. E. (1946). Forming impressions of personality. *Journal of Abnormal Psychology*, 41, 258–290. doi:10.1037/h0060423
- Bandura, A., y Walters, R. H. (1990). *Aprendizaje social y desarrollo de la personalidad* (10ª ed.). Madrid: Alianza.
- Becker, F. D. (1973). Study of spatial markers. *Journal of Personality and Social Psychology*, 26(3), 439–445.
- Becker, F. D. (1977). *Housing messages*. Stroudsburg, PA: Dowden, Hutchinson and Ross.
- Belk, R. W. (1988). Possessions and the extended self. *Journal of Consumer Research*, 15(2), 139–168.
- Belk, R. W. (1991). The ineluctable mysteries of possessions. *Journal of Social Behavior and Personality*, 6(6), 17–55.
- Belk, R. W. (1992). Attachment to possessions. En I. Altman y S. M. Low (Eds.), *Place Attachment* (pp. 37–55). Nueva York: Plenum Press.
- Berlyne, D. E. (1974). The new experimental aesthetics. En D. E. Berlyne (Ed.), *Studies in the new experimental aesthetics. Steps toward an objective Psychology of aesthetic appreciation*. (pp. 1–23). Nueva York: Halstead.
- Betancor, V., Rodríguez, A., y Delgado, N. (2010). Estereotipos y expresión emocional. Con cara de ira pareces competente y con cara triste pareces sociable. *Revista de Psicología Social*, 25, 259–270.
- Brower, S. N. (1980). Territory in urban settings. En I. Altman, A. Rapoport, y J. F. Wohlwill (Eds.), *Human Behavior and Environments: Environment and Culture* (pp. 179–207). Nueva York: Plenum Press.

- Brown, B. (1987). Territoriality. En D. Stokols y I. Altman (Eds.), *Handbook of Environmental Psychology*. Vol. 1 (pp. 505–531). Estados Unidos de América: Wiley interscience.
- Canter, D. (1978). Utilización de edificios. En D. Canter y P. Stringer (Eds.), *Interacción ambiental* (pp. 245–312). Madrid: Instituto de Estudios de administración Local.
- Collins, T. H. (2000). *Feng shui habitación por habitación: El arte de reorganizar tu entorno para mejorar la calidad de tu vida*. Barcelona: Urano.
- Cooper, C. (1974). The house as a symbol of self. En J. Lang, C. Burnette, W. Moleski, y D. Vachon (Eds.), *Designing for human behavior*. Stroudsburg, PA: Dowden, Hutchinson and Ross.
- Cooper, C. (1992). Environmental memories. En I. Altman y S. M. Low (Eds.), *Place Attachment* (pp. 87–112). Nueva York: Plenum Press.
- Cooper, C. (1995). *House as mirror of self: Exploring the deeper meaning of home*. Berkeley, CA: Conari Press.
- Corraliza, J. A. (1987). *La experiencia del ambiente. Percepción y significado del medio construido*. (Tecnos.). Madrid.
- Corraliza, J. A., y Berenguer, J. (2010). Emoción y ambiente. En J. I. Aragonés y M. Américo (Eds.), *Psicología Ambiental* (3ª ed., pp. 59–75). Madrid: Pirámide.
- Costa, P. T., y McCrae, R. R. (1984). *The Neo-Personality Inventory Manual*. Odessa: Psychological Assessment Resources.
- Costa, P. T., y McCrae, R. R. (1992). *NEO PI-R professional manual*. Odessa, FL: Psychological Assessment Resources.
- Craik, K. H. (1971). The assessment of places. En P. McReynolds (Ed.), *Advances in Psychological Assessment*. Vol 2. (pp. 40–62). Palo Alto, CA.: Science and Behavior Books.
- Csikszentmihalyi, Mihaly y Rochberg-Halton, E. (1981). *The meaning of things. Domestic symbols and the self*. New York: Cambridge University Press.
- Cuddy, A. J. C., Fiske, S. T., y Glick, P. (2008). Warmth and Competence as Universal Dimensions of Social Perception: The Stereotype Content Model and the BIAS Map. *Advances in Experimental Social Psychology*, 40, 61–149.
doi:10.1016/S0065-2601(07)00002-0

- Danford, S., y Willems, E. (1975). Subjective responses to architectural displays: A question of validity. *Environment and Behavior*, 7(4), 486–516. Retrieved from <http://psycnet.apa.org/psycinfo/1976-20042-001>
- Del Giudice, M., Booth, T., y Irwing, P. (2012). The distance between mars and venus: Measuring global sex differences in personality. *PloS One*, 7(1), e29265.
- Denton, T. (1970). The presentation of self in household settings. *Anthropologica*, 221–240.
- DeYoung, C. G. (2006). Higher-Order Factors of the Big Five in a Multi-Informant Sample. *Journal of Personality and Social Psychology*, 91(6), 1138–1151.
- DeYoung, C. G., Peterson, J. B., y Higgins, D. M. (2002). Higher-order factors of the Big Five predict conformity: Are there neuroses of health? *Personality and Individual Differences*, 33, 533–552.
- Digman, J. M. (1997). Higher-order factors of the big five. *Journal of Personality and Social Psychology*, 73, 1246–1256.
- Dittmar, H. (1991). Meanings of Material Possessions as Reflections of Identity: Gender and Social-Material Position in Society. *Journal of Social Behavior and Personality*, 6(6), 165–186.
- Dittmar, H. (1992). *The social psychology of material possessions. To have is to be*. New York: Harvester Wheatsheaf, Hemel Hempstead and St. Martin's Press.
- Fiske, S. T., Cuddy, a. J. C., y Glick, P. (2007). Universal dimensions of social cognition: warmth and competence. *Trends in Cognitive Sciences*, 11(2), 77–83. doi:10.1016/j.tics.2006.11.005
- Fiske, S. T., Cuddy, A. J. C., Glick, P., y Xu, J. (2002). A model of (often mixed) stereotype content: Competence and warmth respectively follow from perceived status and competition. *Journal of Personality and Social Psychology*, 82(6), 878–902. doi:10.1037//0022-3514.82.6.878
- Fiske, S. T., Xu, J., Cuddy, A. J. C., y Glick, P. (1999). (Dis)respecting versus (dis)liking: Status and interdependence predict ambivalent stereotypes of competence and warmth. *Journal Os Social Issues*, 55, 473–491.
- Gallagher, W. (2006). *House thinking*. Nueva York: Harper Collins.

- Gärling, T. (1976). The structural analysis of environmental perception and cognition: A multidimensional scaling approach. *Environment and Behavior*, 8(3), 385–415. Retrieved from <http://doi.apa.org/?uid=1977-04792-001>
- Gatersleben, B. (2011). The car as a material possession: Exploring the link between materialism and car ownership and use. En K. Lucas, E. Blumenberg, y R. Weinberger (Eds.), *Auto motives: Understanding car use behaviors* (pp. 137–148). Bingley: Emerald.
- Gifford, R. (2007). *Environmental psychology. Principles and practice*. Colville, Washington: Optimal books.
- Gill, A. (1974). *Environmental personalization in institutional settings*. Cardiff: University of Wales.
- Goldberg, L. R. (1992). The development of markers for the big-five factor structure. *Psychological Assessment*, 4, 26–42.
- Gosling, S. D. (2008). *Snoop. What your stuff says about you*. New York: Basic Books.
- Gosling, S. D., Craik, K. H., Martin, N. R., y Pryor, M. R. (2005). Material Attributes of Personal Living Spaces. *Home Cultures*, 2(1), 51–88. doi:10.2752/174063105778053436
- Gosling, S. D., Gaddis, S., y Vazire, S. (2008). First Impressions Based on the Environments We Create and Inhabit. En N. Ambady y J. J. Skowronski (Eds.), *First impressions* (pp. 334–356). New York: Guilford.
- Gosling, S. D., Ko, S. J., Mannarelli, T., y Morris, M. E. (2002). A room with a cue: Personality judgments based on offices and bedrooms. *Journal of Personality and Social Psychology*, 82(3), 379–398. doi:10.1037//0022-3514.82.3.379
- Hair, J., Anderson, R., Tatham, R., y Black, W. (1999). *Análisis multivariante* (5ª ed.). Madrid: Prentice Hall.
- Hall, J. A., y Andrzejewski, S. A. (2008). Who draws Accurate First Impressions?: Personal Correlates of Sensitivity to Nonverbal Cues. En N. Ambady y J. J. Skowronski (Eds.), *First impressions* (pp. 87–105). New York: Guilford.
- Hendrickson, C. (1999). Biographical Objects: How Things Tell the Stories of People's Lives. *American Ethnologist*, 26(2), 496–497. doi:10.1525/ae.1999.26.2.496

- Hernández, B., Carmen Hidalgo, M., Salazar-Laplace, M. E., y Hess, S. (2007). Place attachment and place identity in natives and non-natives. *Journal of Environmental Psychology*, 27(4), 310–319. doi:10.1016/j.jenvp.2007.06.003
- Hershberger, R. G. (1969). A study of meaning and architecture. En H. Sanoff y S. Cohen (Eds.), *Proceedings of the First Environmental Design Research Association Conference*. (pp. 86–99). Raleigh, N. C.: North Carolina State University, School of Design.
- Hershberger, R. G. (1972). Towards a set of semantic scales to measure the meaning of architectural environments. *Proceedings of the Environmental Design Research Association*, 3, 6.4.1–6.4.10.
- Hidalgo, M. C. (1998). *Apego al lugar: Ámbitos, dimensiones y estilos*. Universidad de La Laguna.
- Hidalgo, M. C., y Hernández, B. (2001). Place attachment: conceptual and empirical questions. *Journal of Environmental Psychology*, 21, 273–281.
- Hofstede, G. (1980). *Culture's consequences: International differences in work-related values*. Beverly Hills: Sage.
- Horwitz, J., y Tognoli, J. (1982). Role of home in adult development: Women and men living alone describe their residential histories. *Family Relations*, 31(3), 335–341.
- Hoskins, J. (1998). *Biographical objects: How things tell the stories of people's lives*. Nueva York: Routledge.
- Hummon, D. M. (1992). Community attachment: Local sentiment and sense of place. En I. Altman y S. M. Low (Eds.), *Place attachment* (pp. 253–278). Nueva York: Plenum Press.
- İmamoglu, V. (1970). The relation between room organization and spaciousness. *Science*, 5, 187–198. Retrieved from http://jfa.arch.metu.edu.tr/archive/0258-5316/1976/cilt02/sayi_2/205-214.pdf
- James, W. (1989). La conciencia del yo. En *Principios de psicología* (Primera ed., pp. 233–319). México D.F.: FONDO DE CULTURA ECONÓMICA.
- John, O. P., y Srivastava, S. (1999). The Big Five trait taxonomy: History, measurement, and theoretical perspectives. En L. A. Pervin y O. P. John (Eds.), *Handbook of personality: Theory and research* (pp. 102–138). Nueva York: Guilford Press.

- Jones, R. M., Taylor, D. E., Dick, A. J., Singh, A., y Cook, J. L. (2007). Bedroom design and decoration: Gender differences in preference and activity. *ADOLESCENCE*, 42(167), 539–553.
- Judd, C. M., James-Hawkins, L., Yzerbyt, V., y Kashima, Y. (2005). Fundamental dimensions of social judgment: understanding the relations between judgments of competence and warmth. *Journal of Personality and Social Psychology*, 89(6), 899–913. doi:10.1037/0022-3514.89.6.899
- Kamptner, N. L. (1991). Personal Possessions and Their Meanings: A Life-Span Perspective. *Journal of Social Behavior and Personality*, 6(6), 209–228.
- Kasmar, J. (1970). The development of a usable lexicon of environmental descriptors. *Environment and Behavior*, 2(2), 153–169. Retrieved from <http://psycnet.apa.org/psycinfo/1972-24745-001>
- Kasmar, J. V., Griffin, W. V, y Mauritzen, J. H. (1968). Effect of environmental surroundings on outpatients' mood and perception of psychiatrists. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 32(2), 223–226.
- Kervyn, N., Fiske, S. T., y Yzerbyt, V. Y. (2013). Integrating the stereotype content model (warmth and competence) and the Osgood semantic differential (evaluation, potency, and activity). *European Journal of Social Psychology*, 43(7), 673–681. doi:10.1002/ejsp.1978
- Kilbourne, W. E. (1991). The impact of the symbolic dimensions of possession on individual potential: A phenomenological perspective. *Journal of Social Behavior and Personality*, 6(6), 445–456.
- Kinder, D. R., y Sears, D. O. (1985). Public Opinion and Politician Action. En G. Lindzey y E. Aronson (Eds.), *The Handbook of Social Psychology*, Vol. II (Third Edit., pp. 659–741). New York: Random House.
- Kleine, S. S., y Baker, S. M. (2004). An Integrative Review of Material Possession Attachment. *Academy of Marketing Science Review*, 1, 1–29. Retrieved from http://63.251.80.247/press/pdfs/An_Integrative_Review_of_material_Possession_Attachment.pdf
- Kleine, S. S., Kleine III, R. E., y Allen, C. T. (1995). How is a Possession “Me” or “Not Me”? Characterizing Types and an Antecedent of Material Possession Attachment. *Journal of Consumer Research*, 22(3), 327–343. doi:10.1086/209454

- Kunzig, R. (2012). La solución urbana. *National Geographic*, 58–79.
- Leach, C. W., Ellemers, N., y Barreto, M. (2007). Group virtue: the importance of morality (vs. competence and sociability) in the positive evaluation of in-groups. *Journal of Personality and Social Psychology*, 93(2), 234–249.
- Lima, M. (2008). A room with a social view: personalization of spaces and social norms. En *Urban diversities, biosphere and well-being: designing and managing our common environment*. Roma.
- Livingston, R. W., y Pearce, N. A. (2009). The teddy-bear effect: Does having a baby face benefit black chief executive officers? *Psychological Science*, (10), 1229–1239.
- Low, S. M. (1992). Symbolic ties that bind. Place attachment in the plaza. En I. Altman y S. M. Low (Eds.), *Place Attachment* (pp. 165–185). Nueva York: Plenum Press.
- Low, S. M., y Altman, I. (1992). Place attachment. A conceptual inquiry. En I. Altman y S. M. Low (Eds.), *Place attachment* (pp. 1–12). Nueva York: Plenum Press.
- Lowenthal, D., y Riel, M. (1972). The Nature of Perceived and Imagined Environments. *Environment and Behavior*, 4(2), 189–207. Retrieved from <http://eric.ed.gov/?id=EJ059823>
- McAndrew, F. T. (1993). *Environmental psychology*. (Brooks/Cole, Ed.). Pacific Grove, CA.
- Mehrabian, A. (1980). A three-Factor theory on emotions. En *Basic dimensions for a general psychological theory: Implications for personality, social, environmental, and developmental studies*. (pp. 7–26). Cambridge, MA: Oelgeschlager, Gunn y Hain.
- Mehrabian, A., y Russell, J. A. (1974). The basic emotional impact of environments. *Perceptual and Motor Skills*, 38, 283–301.
- Montañez, C. A. (2005). Los objetos con alma: legitimidad de la esclavitud en el discurso de Aristóteles y Alonso de Sandoval. Una aproximación desde la construcción del cuerpo. *Fronteras de La Historia*, 10, 139–170.
- Moore, J. (2000). Placing home in context. *Journal of Environmental Psychology*, 20(3), 207–217.
- Nasar, J. L. (2008). Assessing perceptions of environments for active living. *American Journal of Preventive Medicine*, 34(4), 357–63. doi:10.1016/j.amepre.2008.01.013

- Norman, D. A. (2004). *Emotional design: Why we love (or hate) everyday things*. Nueva York: Basic Books.
- Oldmeadow, J., y Fiske, S. T. (2007). System-justifying ideologies moderate status = competence stereotypes: Roles for belief in a just world and social dominance orientation. *European Journal of Social Psychology*, 37, 1135–1148.
- Osgood, C. E., Suci, G. J., y Tannenbaum, P. H. (1957). *The measurement of meaning*. Urbana: University of Illinois Press.
- Pardo, A., y Ruiz, M. Á. (2002). *SPSS 11. Guía para el análisis de datos*. Madrid: McGraw-Hill.
- Peeters, G. (2002). From good and bad to can and must: subjective necessity of acts associated with positively and negatively valued stimuli. *European Journal of Social Psychology*, 32(1), 125–136. doi:10.1002/ejsp.70
- Pérez-López, R. (2011). *La vivienda como símbolo de identidad personal y social. Un estudio sobre la personalización de los dormitorios como facilitadora de inferencias*. Universidad de Castilla-La Mancha.
- Pérez-López, R., Aragonés, J. I., y Américo, M. (2013). Thin slices of competence and warmth via personalized primary spaces. *Psychology*, 4(3), 267–286.
- Poggio, L., Aragonés, J. I., y Pérez-López, R. (2013). Inferences of personality traits from bedroom objects: An approach from the SCM. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 82, 668–673.
- Pol, E. (1996). La apropiación del espacio. En L. Íñiguez y E. Pol (Eds.), *Cognición, representación y apropiación del espacio*. (pp. 45–62). Barcelona: Publicacions de la Universitat de Barcelona.
- Prelinger, E. (1959). Extension and Structure of the Self. *The Journal of Psychology*, 48(1), 13–23. doi:10.1080/00223980.1959.9916303
- Prentice, D. a. (1987). Psychological correspondence of possessions, attitudes, and values. *Journal of Personality and Social Psychology*, 53(6), 993–1003. doi:10.1037//0022-3514.53.6.993
- Proshansky, H., Fabian, A. K., y Kaminoff, R. (1983). Place-identity: Physical world socialization of the self. *Journal of Environmental Psychology*, 3(1), 57–83.

- Rapoport, A. (1980). Cross-Cultural Aspects of Environmental Design. En I. Altman, A. Rapoport, y J. F. Wohlwill (Eds.), *Human Behavior and Environments: Environment and Culture* (pp. 7–46). Nueva York: Plenum Press.
- Rosenberg, S., Nelson, C., y Vivekananthan, P. S. (1968). A multidimensional approach to the structure of personality impressions. *Journal of Personality and Social Psychology*, 9(4), 283–94. Retrieved from <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/5670821>
- Rullo, G. (1987). People and Home Interiors: “A Bibliography of Recent Psychological Research.” *Environment and Behavior*, 19(2), 250–259.
- Russell, A. M. T., y Fiske, S. T. (2008). It’s all relative: Competition and status in interpersonal perception. *European Journal of Social Psychology*, 38(7), 1193–1201.
- Russell, J. A., y Lanius, U. F. (1984). Adaptation level and the affective appraisal of environments. *Journal of Environmental Psychology*, 44, 119–135.
- Russell, J. a., y Pratt, G. (1980). A description of the affective quality attributed to environments. *Journal of Personality and Social Psychology*, 38(2), 311–322. doi:10.1037//0022-3514.38.2.311
- Russell, J. A., y Snodgrass, J. (1987). Emotion and the environment. En D. Stokols y I. Altman (Eds.), *Handbook of Environmental Psychology. Vol. 1* (pp. 245–280). Nueva York: John Wiley y Sons.
- Russell, J., Ward, L., y Pratt, G. (1981). Affective Quality Attributed to Environments A Factor Analytic Study. *Environment and Behavior*, 13(3), 259–288. Retrieved from <http://eab.sagepub.com/content/13/3/259.short>
- Sadalla, E. K., Vershure, B., y Burroughs, J. (1987). Identity symbolism in housing. *Environment and Behavior*, 19(5), 569–587.
- Salinger, A., y Wolff, T. (1995). *En my room: Teenagers in their bedrooms*. San Francisco: Chronicle Books.
- Samuelson, D., y Lindauer, M. (1976). Perception, evaluation, and performance in a neat and messy room by high and low sensation seekers. *Environment and Behavior*, 8(2), 291–306. Retrieved from <http://eab.sagepub.com/content/8/2/291.short>
- Sartre, J. P. (1954). *El ser y la nada*. Buenos Aires: Iberoamericana.

- Saucier, G., y Goldberg, L. R. (1996). Evidence for the Big Five in analyses of familiar English personality adjectives. *European Journal of Personality*, 10, 61–77.
- Scannell, L., y Gifford, R. (2010). Defining place attachment: A tripartite organizing framework. *Journal of Environmental Psychology*, 30(1), 1–10. doi:10.1016/j.jenvp.2009.09.006
- Sefarty-Garzon, P. (2003). *Chez soi: Les territoires de l'intimité*. Paris: Armand Colin.
- Sevillano, V., y Fiske, S. T. (2013). Animal collective: Social perception of animals. *En Revisión*.
- Smith, S. (1994). The essential qualities of a home. *Journal of Environmental Psychology*, 14(1), 31–46.
- Smith, S., y Gates, R. (1998). Home Interiors and Exteriors as Differential Expression of the Self: Revisiting the Work of Sadalla, Vershure and Burroughs. En G. Moore, J. Hunt, y L. Trevellio (Eds.), *Environment-behavior research on the Pacific Rim: Proceedings of 98 Paper* (pp. 137–145). Sidney.
- Solomon, M. R. (2008). El yo. En *Comportamiento del consumidor* (Séptima., pp. 154–193). México D.F.: PEARSON EDUCACIÓN.
- Sommer, R. (1969). *Personal space. The behavioral basis of design*. Englewood Cliffs, Nueva Jersey: PRENTICE-HALL.
- Sukhwani, S., y Aragonés, J. I. (1991). La identidad como símbolo de la identidad social. En R. De Castro (Ed.), *Psicología Ambiental: Intervención y evaluación del entorno* (pp. 89–95). Sevilla: Arqutipo Ediciones.
- Tian, K., y Belk, R. W. (2005). Extended Self and Possessions in the Workplace. *Journal of Consumer Research*, 32(2), 297–310. doi:10.1086/432239
- Tognoli, J. (1987). Residential environments. En D. Stokols y I. Altman (Eds.), *Handbook of Environmental Psychology. Vol. 1* (pp. 655–690). Nueva York: Wiley.
- Twigger-Ross, C. L., y Uzzell, D. L. (1996). Place and identity processes. *Journal of Environmental Psychology*, 16(3), 205–220.
- Valera, S., y Pol, E. (1994). El concepto de identidad social urbana: Una aproximación entre la Psicología social y la Psicología ambiental. *Anuario de Psicología*, 62(3), 5–24.
- Valera, S., y Vidal, T. (2010). Privacidad y territorialidad. En J. I. Aragonés y M. Américo (Eds.), *Psicología Ambiental* (3ª ed., pp. 119–138). Madrid: Pirámide.

- Veitch, R., y Arkkelin, D. (1995). *Environmental Psychology*. Englewood Cliffs, Nueva Jersey: PRENTICE-HALL.
- Vidal, T., Berroeta, H., Di Masso, A., Valera, S., y Pero, M. (2013). Place attachment, place identity, sense of community, and local civic participation in an urban renewal context. *Estudios de Psicología*, 34(3), 275–286.
- Vidal, T., y Pol, E. (2005). La apropiación del espacio: una propuesta teórica para comprender la vinculación entre las personas y los lugares. *Anuario de Psicología*, 36(3), 281–298.
- Vielhauer-Kasmar, J. A. (1965). *The development of a semantic scale for the description of the physical environment*. Louisiana State University. Retrieved from <http://scholar.google.com/scholar?hl=en&btnG=Search&q=intitle:The+development+of+a+semantic+scale+for+the+description+of+a+physical+environment#0>
- Ward, L., y Russell, J. (1981). The psychological representation of molar physical environments. *Journal of Experimental Psychology: General*, 110(2), 121–152. Retrieved from <http://psycnet.apa.org/psycinfo/1982-04603-001>
- Wener, R. (2012). *The environmental psychology of prisons and jails: Creating human spaces in secure settings*. Nueva York: Cambridge University Press.
- Wilson, M. A., y Mackenzie, N. E. (2000). Social Attributions Based on Domestic Interiors. *Journal of Environmental Psychology*, 20, 343–354. doi:10.1006/jevp.2000.0181
- Wojciszke, B., Abele, A. E., y Baryla, W. (2009). Two dimensions of interpersonal attitudes: Liking depends on communion, respect depends on agency. *European Journal of Social Psychology*, 39, 973–990. doi:10.1002/ejsp
- Yuste, N., y Gonzalez, I. (1998). Los objetos personales favoritos en la adultez y senectud . Una aproximación empírica. *Anales de Psicología*, 14(02), 177–192. doi:10.6018/analesps.14.2.31451
- Zuckerman, M. (1979). *Sensation Seeking: Beyond the optimal level of arousal*. (Erlbaum.). Hillsdale, NJ.

14. Anexos.

Considero que mi DORMITORIO es:

Elegante	2	3	4	Hortera
1				5
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Considero que mi DORMITORIO es:

Sencillo	2	3	4	Recargado
1				5
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Considero que mi DORMITORIO es:

Moderno	2	3	4	Antiguo
1				5
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Considero que mi DORMITORIO es:

No eficiente	2	3	4	Eficiente
1				5
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Considero que mi DORMITORIO es:

	Brillante								Deslucido
	1	2	3	4	5				
.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>				<input type="radio"/>

Considero que mi DORMITORIO está:

	Limpio								Sucio
	1	2	3	4	5				
.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>				<input type="radio"/>

Considero que mi DORMITORIO está:

	Pasado de moda								A la moda
	1	2	3	4	5				
.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>				<input type="radio"/>

Considero que mi DORMITORIO es:

	Diferente								Corriente
	1	2	3	4	5				
.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>				<input type="radio"/>

Considero que mi DORMITORIO está:

Ordenado

1

2

3

4

Desordenado

5

Considero que mi DORMITORIO es:

Relajante

1

2

3

4

Excitante

5

Considero que mi DORMITORIO está:

Bien conservado

1

2

3

4

Mal conservado

5

Considero que mi DORMITORIO es:

De mal gusto

1

2

3

4

De buen gusto

5

Considero que mi DORMITORIO es:

	Estiloso				Sin estilo
	1	2	3	4	5
.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Considero que mi DORMITORIO está:

	Desorganizado				Organizado
	1	2	3	4	5
.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Considero que mi DORMITORIO parece:

	Nuevo				Viejo
	1	2	3	4	5
.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Considero que mi DORMITORIO es:

	No funcional				Funcional
	1	2	3	4	5
.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Considero que mi DORMITORIO tiene:

Buena distribución del espacio					Mala distribución del espacio
1	2	3	4	5	
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	

Considero que mi DORMITORIO está:

Desequilibrado					Equilibrado
1	2	3	4	5	
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	

Considero que mi DORMITORIO está:

Desahogado					Abarrotado
1	2	3	4	5	
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	

Por último, por favor, responda a las siguientes cuestiones:

Edad

Género

¿Comparte su dormitorio con alguien (Hermano/a, familiar, amigo/a, etc)?

- ☐ Si
- ☐ No

Ha participado en alguna investigación análoga a esta?

☐ Si

☐ No

iii Muchas gracias por su colaboraci



Anexo B: Cuestionario características del ambiente.¹⁰

Página 1

Percepción de los dormitorios

Unidad de instrumentación

Facultad de Psicología



Seleccione Grupo

1 ▼

Iniciar tarea

Salir

Programación : Victor García Gil

Enero 2013

¹⁰ En este Anexo se muestra el cuestionario completo para un solo dormitorio. Los participantes completaban las mismas cuestiones para el resto de dormitorios, que eran presentados a continuación del primer dormitorio.

CONSENTIMIENTO INFORMADO

NOMBRE DE LA INVESTIGACIÓN: CÓMO PERCIBIMOS LOS DORMITORIOS.

INVESTIGADORES: Juan Ignacio Aragonés y Lucía Poggio.

En este estudio, se le realizarán algunas preguntas sobre DETERMINADOS DORMITORIOS además de algunas cuestiones sociodemográficas. Si al finalizar este cuestionario tiene alguna pregunta, por favor, no dude en escribir un email a luciapoggio@psi.ucm.es. Todas las respuestas que usted proporcione en este cuestionario serán completamente confidenciales.

Haciendo clic en "SI", más abajo, usted reconoce que ha leído y entiende que:

- Su participación en esta encuesta es voluntaria. Usted puede retirar su consentimiento y suspender la participación en el proyecto en cualquier momento. Su negativa a participar no supondrá sanción alguna.
- Usted ha dado su consentimiento para ser objeto de esta investigación.

¿Le gustaría participar en esta investigación?:

- ☐ Si, me gustaría participar
- ☐ No, rechazo participar

Continuar

A continuación se le presentará un conjunto de dormitorios de jóvenes estudiantes y se le pedirá que los evalúe conforme a una serie de pares de adjetivos.

Cada dormitorio será presentado de la misma manera: de forma individual y por medio de tres fotografías. Inicialmente tendrá un tiempo delimitado para observar cada una de las tres fotografías y a continuación dispondrá de las tres en la misma pantalla para poder responder a las cuestiones que se le formulen.

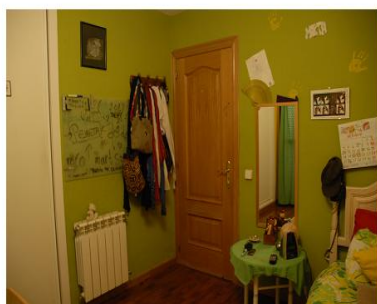
Las preguntas estarán compuestas por dos adjetivos, uno a cada extremo de un continuo. Usted deberá marcar el lugar en el que considere que EL DORMITORIO en cuestión se encuentre.

Por favor, no marque ninguna opción hasta que no esté seguro de su respuesta, ya que una vez marcada no podrá rectificarla.

Pulse el botón para ver el siguiente ejemplo.

Ver Ejemplo



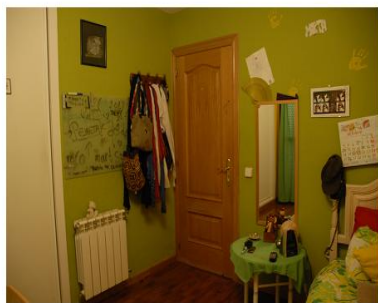


Por ejemplo, si considera que el propietario/a es NADA TRABAJADOR/A deberá marcar:

Trabajador/a

en absoluto ☒ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 extremadamente

Pulse una tecla para continuar



Y si cree que el propietario/a es **BASTANTE TRABAJADOR/A** deberá marcar:

Trabajador/a

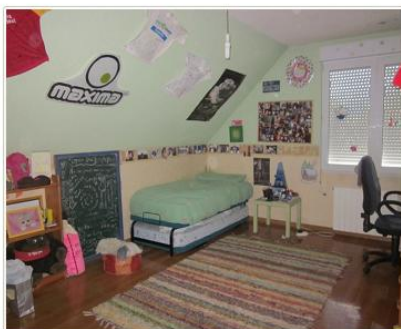
en absoluto ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☒ 4 ☐ 5 extremadamente

Pulse una tecla para continuar

A continuación se le presentaran 14 dormitorios, recuerde
no marcar ninguna opción hasta que no está completamente
seguro de su respuesta

Cuando esté preparado pulse una tecla para comenzar



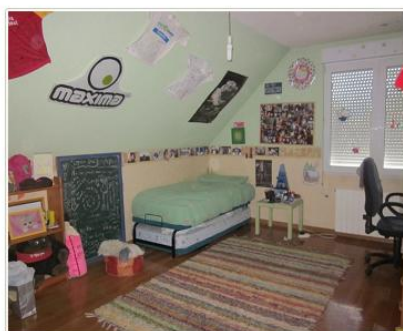


Dormitorio
1 / 14



Considero que este dormitorio es:

Desorganizado ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐ Organizado

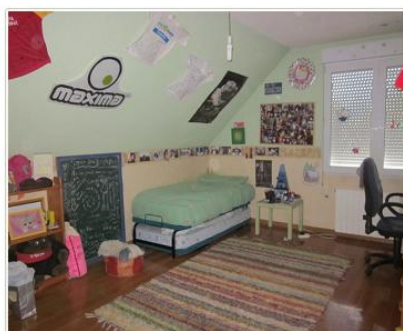


Dormitorio
1 / 14



Considero que este dormitorio es:

Lleno Vacío



Dormitorio
1 / 14



Considero que este dormitorio es:

Nuevo Viejo

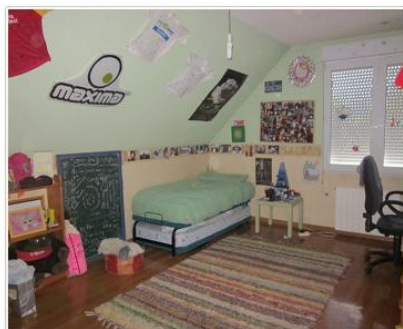


Dormitorio
1 / 14



Considero que este dormitorio es:

Deprimente Estimulante

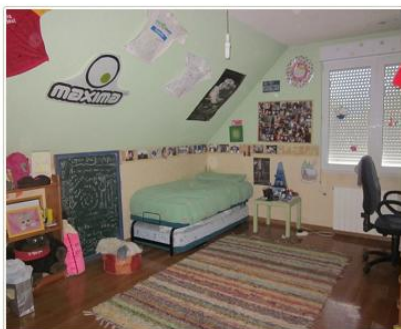


Dormitorio
1 / 14



Considero que este dormitorio es:

Mal conservado Bien conservado

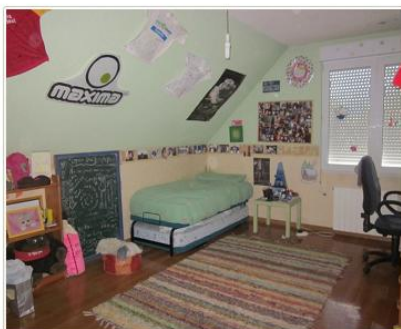


Dormitorio
1 / 14



Considero que este dormitorio es:

Desocupado Ocupado

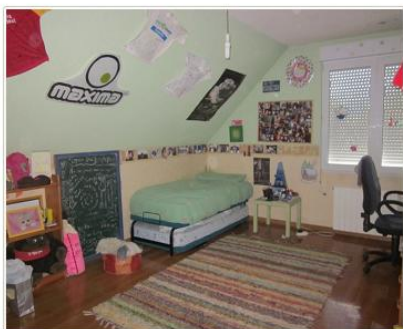


Dormitorio
1 / 14



Considero que este dormitorio es:

Pasado de moda A la moda

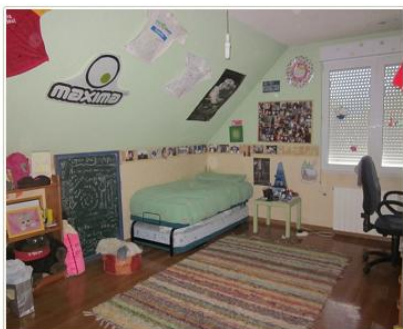


Dormitorio
1 / 14



Considero que este dormitorio es:

Confortable Incómodo

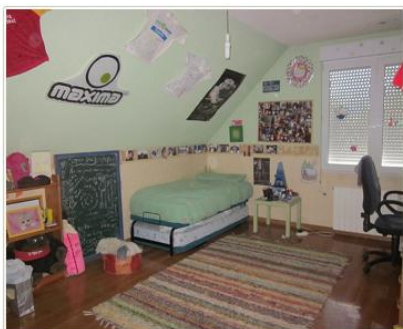


Dormitorio
1 / 14



Considero que este dormitorio es:

Limpio Sucio

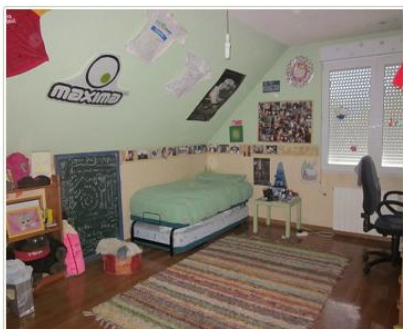


Dormitorio
1 / 14



Considero que este dormitorio es:

Bullicioso Silencioso

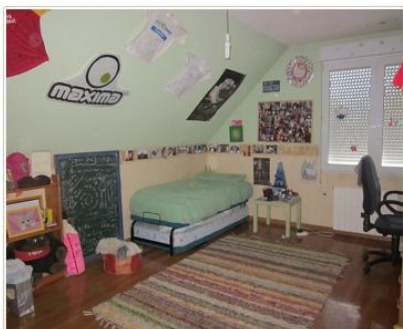


Dormitorio
1 / 14



Considero que este dormitorio es:

Antiguo Moderno

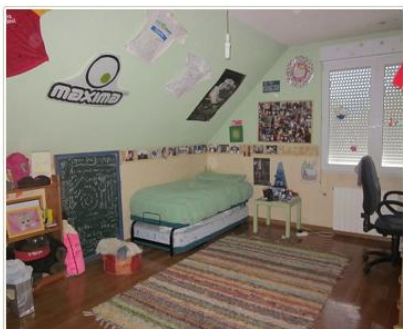


Dormitorio
1 / 14



Considero que este dormitorio es:

Atractivo Repulsivo

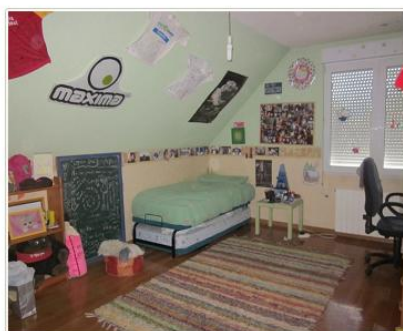


Dormitorio
1 / 14



Considero que este dormitorio es:

Ordenado Desordenado

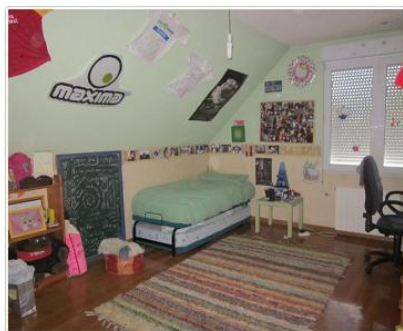


Dormitorio
1 / 14



Considero que este dormitorio es:

Activo Pasivo



Dormitorio
1 / 14



Considero que este dormitorio es:

Estiloso Sin estilo



Dormitorio
1 / 14



Considero que este dormitorio es:

Feo Bonito

A continuación nos gustaría que contestase a una serie de preguntas acerca de usted mismo:

Edad:

Género:

¿Comparte su dormitorio con alguien (Hermano/a, familiar, amigo/a, etc...)?

¿Ha participado en alguna investigación análoga a esta?

Si
No
✓

Muchas gracias por su participación

Finalizar

Anexo C: Cuestionario inferencias sobre los propietarios.¹¹

Página 1

Unidad de instrumentación

Facultad de Psicología

Percepción de los Propietarios



Seleccione Grupo

1 ▼

Iniciar tarea

Salir

Programación : [Victor García Gil](#)

Febrero 2013

¹¹ En este Anexo, por motivos de economía de espacio, se muestra el cuestionario completo para un solo dormitorio. Los participantes completaban las mismas cuestiones para el resto de dormitorios, que eran presentados a continuación.

CONSENTIMIENTO INFORMADO

NOMBRE DE LA INVESTIGACIÓN: CÓMO PERCIBIMOS A LOS/AS PROPIETARIOS/AS
DE LOS DORMITORIOS.

En este estudio, se le realizarán algunas preguntas acerca de cómo percibe a LOS/AS PROPIETARIOS/AS de determinados dormitorios, además de algunas cuestiones sociodemográficas. Si al finalizar este cuestionario tiene alguna pregunta, por favor, no dude en escribir un email a luciapoggio@psi.ucm.es. Todas las respuestas que usted proporcione en este cuestionario serán completamente confidenciales.

Haciendo clic en "Sí", más abajo, usted reconoce que ha leído y entiende que:

- Su participación en esta encuesta es voluntaria. Usted puede retirar su consentimiento y suspender la participación en el proyecto en cualquier momento. Su negativa a participar no supondrá sanción alguna.
- Usted ha dado su consentimiento para ser objeto de esta investigación.

¿Le gustaría participar en esta investigación?:

- ☐ Sí, me gustaría participar
- ☐ No, rechazo participar

Continuar

A continuación se le presentará un conjunto de dormitorios de jóvenes estudiantes y se le pedirá que los evalúe a su PROPIETARIO/A conforme a una serie de adjetivos.

Cada dormitorio será presentado de la misma manera: de forma individual y por medio de tres fotografías. Inicialmente tendrá un tiempo delimitado para observar cada una de las tres fotografías y a continuación dispondrá de las tres en la misma pantalla para poder responder a las cuestiones que se le formulen.

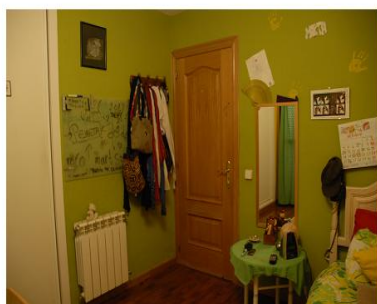
Las preguntas estarán compuestas por un adjetivo a valorar en una escala de 1 a 5. Usted deberá marcar el lugar en el que considere que EL/LA PROPIETARIO/A del dormitorio en cuestión se encuentre.

Por favor, no marque ninguna opción hasta que no esté seguro de su respuesta, ya que una vez marcada no podrá rectificarla.

Pulse el botón para ver el siguiente ejemplo.

Ver Ejemplo



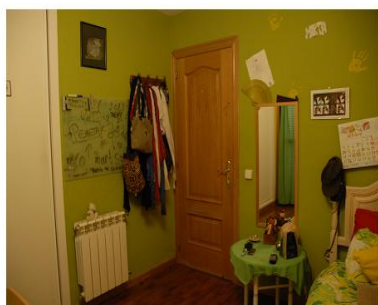


Por ejemplo, si considera que el propietario/a es NADA TRABAJADOR/A deberá marcar:

Trabajador/a

en absoluto ☒ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 extremadamente

Pulse una tecla para continuar



Y si cree que el propietario/a es **BASTANTE TRABAJADOR/A** deberá marcar:

Trabajador/a

en absoluto ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☒ 4 ☐ 5 extremadamente

Pulse una tecla para continuar

A continuación se le presentaran 13 dormitorios, recuerde
no marcar ninguna opción hasta que no está completamente
seguro de su respuesta

Cuando esté preparado pulse una tecla para comenzar





Dormitorio
1 / 13



Considero que el propietario/a es:

Amable

en absoluto ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 extremadamente



Dormitorio
1 / 13



Considero que el propietario/a es:

Eficaz

en absoluto ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 extremadamente



Dormitorio
1 / 13



Considero que el propietario/a es:

Amigable

en absoluto ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 extremadamente



Dormitorio
1 / 13



Considero que el propietario/a es:

Habilidoso/a

en absoluto ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 extremadamente



Dormitorio
1 / 13



Considero que el propietario/a es:

Cordial

en absoluto ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 extremadamente



Dormitorio
1 / 13



Considero que el propietario/a es:

Competente

en absoluto ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 extremadamente



Dormitorio
1 / 13



Considero que el propietario/a es:

Agradable

en absoluto ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 extremadamente



Dormitorio
1 / 13



Considero que el propietario/a es:

Inteligente

en absoluto ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 extremadamente

A continuación nos gustaría que contestase a una serie de preguntas acerca de usted mismo:

Edad:

Género:

¿Comparte su dormitorio con alguien (Hermano/a, familiar, amigo/a, etc...)?

¿Ha participado en alguna investigación análoga a esta?

Si
No
✓

Muchas gracias por su participación

Finalizar

Anexo D: Cuestionario selección de objetos representativos.

Página 1

Para poder completar este estudio necesitamos de tu colaboración.

A continuación te vamos a hacer unas sencillas preguntas que, esperamos, contestes con la mayor claridad posible

Al final de este cuestionario encontrarás un enlace a una página web donde podrás crear tus propios cuestionarios y encuestas gratis, por si te interesa para hacer alguna investigación.

1. Para comenzar necesitamos tus datos de identificación

4 últimas cifras de tu DNI

Edad

2. Género

☐ Varón

☐ Mujer

3. En qué medida consideras que tu dormitorio te representa:

no me
representa en
absoluto

1

2

3

4

5

6

me representa
por completo

7

creo que

☐

☐

☐

☐

☐

☐

☐

222

Nos gustaría que indicases a continuación 5 objetos de tu habitación que consideres como "tus favoritos"

1. Objeto 1

2. Describe el objeto 1 brevemente

3. Objeto 2

4. Describe el objeto 2 brevemente

5. Objeto 3

6. Describe el objeto 3 brevemente

7. Objeto 4

8. Describe el objeto 4 brevemente

9. Objeto 5

10. Describe el objeto 5 brevemente

¿Cuál es la razón o razones por la/s que has escogido estos objetos?
Por favor, explícala/s detalladamente para cada uno de ellos.

1. Objeto 1

2. Objeto 2

3. Objeto 3

4. Objeto 4

5. Objeto 5

Anexo E: Cuestionario correspondencia objetos con el MCE.¹²

Página 1

En el Departamento de Psicología Social se está llevando a cabo un estudio sobre *características de las personas a partir de los objetos de su dormitorio*.

Nos gustaría que colaborara cumplimentando este cuestionario. Por supuesto la información recogida será tratada de forma anónima y confidencial.

Una vez completada esta tarea no olvide pedirle al investigador su vale por un desayuno.

Muchas gracias por su colaboración.

A continuación se le indicarán una serie de objetos presentes en el dormitorio de un joven universitario. La tarea consistirá en que responda cómo cree Ud. que la Sociedad percibe a un joven estudiante que tenga en su dormitorio cada uno de los objetos que se le presentan a continuación. Puntúe cada una de las escalas teniendo en cuenta que 1 significa "En absoluto" y 9 significa "Extremadamente".

¹² En este Anexo únicamente se incluye el cuestionario realizado por la mitad de los participantes (n = 138), tal y como se detalló en el apartado 7.1 Método. El cuestionario omitido era idéntico a este, a excepción de los objetos incluidos en cada uno de los ítems.

Cómo cree que la Sociedad percibe de **COMPETENTE** a un joven universitario que tenga en su dormitorio cada uno de los siguientes objetos.

Tenga en cuenta que cada uno de los objetos debe ser valorado de forma independiente al resto de objetos.

	En absoluto 1	2	3	4	5	6	7	8	Extremadamente 9	No aplicable
Cortinas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Trofeos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Recuerdo de viaje	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Espejo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jarrón	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Máscara	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Cuadro	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Piedras minerales	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Silla	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gorro de paja	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Por favor, baje el cursor y continúe con las mismas indicaciones.

Cómo cree que la Sociedad percibe de **COMPETENTE** a un joven universitario que tenga en su dormitorio cada uno de los siguientes objetos.

	En absoluto 1	2	3	4	5	6	7	8	Extremadamente 9	No aplicable
Equipo de música	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Abrecartas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Cama	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Estrella de mar	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Videoconsola	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ordenador	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Guitarra	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pelucho	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Diana de dardos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Crucifijo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mesa de escritorio	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Libros	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pluma de escribir	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Cómo cree que la Sociedad percibe de **AMIGABLE** a un joven universitario que tenga en su dormitorio cada uno de los siguientes objetos.

Tenga en cuenta que cada uno de los objetos debe ser valorado de forma independiente al resto de objetos.

	En absoluto 1	2	3	4	5	6	7	8	Extremadamente 9	No aplicable
Piedras minerales	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Cortinas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Silla	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gorro de paja	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Recuerdo de viaje	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Espejo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jarrón	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Cuadro	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Trofeos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Máscara	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Por favor, baje el cursor y continúe con las mismas indicaciones.

Cómo cree que la Sociedad percibe de **AMIGABLE** a un joven universitario que tenga en su dormitorio cada uno de los siguientes objetos.

	En absoluto 1	2	3	4	5	6	7	8	Extremadamente 9	No aplicable
Cama	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Abrecartas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Guitarra	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Diana de dardos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ordenador	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pluma de escribir	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mesa de escritorio	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Equipo de música	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Crucifijo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Peluche	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Estrella de mar	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Videoconsola	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Libros	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Cómo cree que la Sociedad percibe de **HABILIDOSO/A** a un joven universitario que tenga en su dormitorio cada uno de los siguientes objetos.

Tenga en cuenta que cada uno de los objetos debe ser valorado de forma independiente al resto de objetos.

	En absoluto 1	2	3	4	5	6	7	8	Extremadamente 9	No aplicable
Cuadro	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Espejo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Máscara	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gorro de paja	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Cortinas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Recuerdo de viaje	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jarrón	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Piedras minerales	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Trofeos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Silla	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Por favor, baje el cursor y continúe con las mismas indicaciones.

Cómo cree que la Sociedad percibe de **HABILIDOSO/A** a un joven universitario que tenga en su dormitorio cada uno de los siguientes objetos.

	En absoluto 1	2	3	4	5	6	7	8	Extremadamente 9	No aplicable
Libros	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Peluche	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pluma de escribir	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mesa de escritorio	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Guitarra	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Cama	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Abrecartas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Diana de dardos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Equipo de música	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Estrella de mar	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ordenador	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Crucifijo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Videoconsola	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Cómo cree que la Sociedad percibe de **CORDIAL** a un joven universitario que tenga en su dormitorio cada uno de los siguientes objetos.

Tenga en cuenta que cada uno de los objetos debe ser valorado de forma independiente al resto de objetos.

	En absoluto 1	2	3	4	5	6	7	8	Extremadamente 9	No aplicable
Cuadro	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Silla	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Espejo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Reuerdo de viaje	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Piedras minerales	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Trofeos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Máscara	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gorro de paja	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Cortinas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jarrón	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Por favor, baje el cursor y continúe con las mismas indicaciones.

Cómo cree que la Sociedad percibe de **CORDIAL** a un joven universitario que tenga en su dormitorio cada uno de los siguientes objetos.

	En absoluto 1	2	3	4	5	6	7	8	Extremadamente 9	No aplicable
Ordenador	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Guitarra	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Abrecartas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pluma de escribir	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Crucifijo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Videoconsola	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Diana de dardos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Cama	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mesa de escritorio	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Libros	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Estrella de mar	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pelucho	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Equipo de música	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Cómo cree que la Sociedad percibe de **INTELIGENTE** a un joven universitario que tenga en su dormitorio cada uno de los siguientes objetos.

Tenga en cuenta que cada uno de los objetos debe ser valorado de forma independiente al resto de objetos.

	En absoluto 1	2	3	4	5	6	7	8	Extremadamente 9	No aplicable
Jarrón	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Piedras minerales	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gorro de paja	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Silla	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Máscara	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Recuerdo de viaje	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Cuadro	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Trofeos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Espejo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Cortinas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Por favor, baje el cursor y continúe con las mismas indicaciones.

Cómo cree que la Sociedad percibe de **INTELIGENTE** a un joven universitario que tenga en su dormitorio cada uno de los siguientes objetos.

	En absoluto 1	2	3	4	5	6	7	8	Extremadamente 9	No aplicable
Libros	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Videoconsola	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Estrella de mar	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Guitarra	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ordenador	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Crucifijo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Cama	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Diana de dardos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pluma de escribir	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Equipo de música	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Abrecartas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mesa de escritorio	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pelucho	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Cómo cree que la Sociedad percibe de **AMABLE** a un joven universitario que tenga en su dormitorio cada uno de los siguientes objetos.

Tenga en cuenta que cada uno de los objetos debe ser valorado de forma independiente al resto de objetos.

	En absoluto 1	2	3	4	5	6	7	8	Extremadamente 9	No aplicable
Silla	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Trofeos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gorro de paja	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Piedras minerales	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Máscara	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Recuerdo de viaje	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Cortinas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Espejo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Cuadro	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jarrón	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Por favor, baje el cursor y continúe con las mismas indicaciones.

Cómo cree que la Sociedad percibe de **AMABLE** a un joven universitario que tenga en su dormitorio cada uno de los siguientes objetos.

	En absoluto 1	2	3	4	5	6	7	8	Extremadamente 9	No aplicable
Guitarra	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ordenador	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mesa de escritorio	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Equipo de música	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Libros	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Estrella de mar	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pluma de escribir	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Crucifijo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Diana de dardos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Videoconsola	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Cama	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Peluche	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Abrecartas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Cómo cree que la Sociedad percibe de **EFICAZ** a un joven universitario que tenga en su dormitorio cada uno de los siguientes objetos.

Tenga en cuenta que cada uno de los objetos debe ser valorado de forma independiente al resto de objetos.

	En absoluto 1	2	3	4	5	6	7	8	Extremadamente 9	No aplicable
Cortinas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Máscara	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Silla	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jarrón	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gorro de paja	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Trofeos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Espejo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Piedras minerales	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Recuerdo de viaje	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Cuadro	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Por favor, baje el cursor y continúe con las mismas indicaciones.

Cómo cree que la Sociedad percibe de **EFICAZ** a un joven universitario que tenga en su dormitorio cada uno de los siguientes objetos.

	En absoluto 1	2	3	4	5	6	7	8	Extremadamente 9	No aplicable
Diana de dardos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mesa de escritorio	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Peluche	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pluma de escribir	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Guitarra	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Equipo de música	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ordenador	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Libros	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Cama	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Estrella de mar	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Videoconsola	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Crucifijo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Abrecartas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Cómo cree que la Sociedad percibe de **AGRADABLE** a un joven universitario que tenga en su dormitorio cada uno de los siguientes objetos.

Tenga en cuenta que cada uno de los objetos debe ser valorado de forma independiente al resto de objetos.

	En absoluto 1	2	3	4	5	6	7	8	Extremadamente 9	No aplicable
Trofeos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jarrón	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Máscara	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Recuerdo de viaje	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Espejo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Silla	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Piedras minerales	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Cortinas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Cuadro	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gorro de paja	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Por favor, baje el cursor y continúe con las mismas indicaciones.

Cómo cree que la Sociedad percibe de **AGRADABLE** a un joven universitario que tenga en su dormitorio cada uno de los siguientes objetos.

	En absoluto 1	2	3	4	5	6	7	8	Extremadamente 9	No aplicable
Equipo de música	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Cama	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Crucifijo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Abrecartas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pluma de escribir	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mesa de escritorio	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ordenador	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Estrella de mar	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Guitarra	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Diana de dardos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Videoconsola	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Peluche	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Libros	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Por último, por favor, responda a las siguientes cuestiones:

Edad

Género

País de nacimiento

Ha participado en alguna investigación análoga a esta?

☐

Si

☐

No

